Introducción

Comúnmente en una empresa de venta de metal y materiales ferreteros puede ser la falta de una estrategia de marketing y ventas efectivas. Esto puede resultar en una disminución en las ventas, una disminución en la participación de mercado y una disminución en la rentabilidad de la empresa. Una empresa que no tiene una estrategia de marketing y ventas claras puede tener problemas para atraer nuevos clientes y retener a los existentes. La falta de una estrategia clara puede llevar a una falta de enfoque en los esfuerzos de marketing y ventas, lo que puede resultar en una falta de interés de los clientes y una disminución en la visibilidad de la marca.

Además, la falta de una estrategia efectiva de marketing y ventas también puede resultar en una falta de compresión del mercado y de los clientes. La empresa puede no entender las necesidades y preferencias de sus clientes, lo que puede llevar a una falta de productos adecuados y servicios que satisfagan estas necesidades. Y por ende si la empresa no tiene una presencia en línea efectiva, como una app o un sitio web, puede perder oportunidades de negocio y ser menos competitiva en el mercado.

En una empresa ubicada en Carretera Cuatitlán-Teoloyucán Km. 23 S/N, Cuautitlán, México, se encontró tal ejemplo sobre la problemática ya antes mencionada.

En la actualidad, la mayoría de las personas utilizan sus dispositivos móviles para acceder a Internet y realizar una amplia variedad de tareas. Una aplicación móvil puede permitir que los usuarios accedan a su contenido o servicio de manera más fácil y rápida, en cualquier momento y lugar.

La adopción de la tecnología es un aliado estratégico que en los últimos años a tenido mucho que ver con el impulso de las microempresas para su permanencia y sostenibilidad. Actualmente no existe una aplicación móvil para dicha empresa que permita a los clientes mas frecuentes acceder de forma rápida y oportuna a la compra y el servicio de entrega de los mismos, si bien es cierto que el uso de llamadas telefónicas y el manejo de mensajes instantáneos son métodos que se usan de manera muy frecuente, los mismos no ofrecen una seguridad completa que se entregara el material en el tiempo estimado y se opta por esperar al primer distribuidor para comprar o trasladarse por cuenta propia hasta la sucursal mas cercana para realizar la respectiva compra.

Se propuso desarrollar una aplicación móvil que vaya dirigida principalmente a los clientes de la empresa, esta contando con un nivel de usuarios e implementando diferentes módulos en su desarrollo, el usuario de la aplicación móvil, mismo que se pretende realizar un estudio para su desarrollo, tendrá la opción de realizar el respectivo proceso de compra y sea instantáneo o una compra programada, estableciendo los parámetros de servicio que requiere como cantidad, dirección, forma de pago, entre otros, teniendo así un servicio personalizado y con soporte tecnológico.

De manera instantánea la sucursal recibe la información en forma de notificación, haciendo de esta manera que se desarrolle un compromiso de compra-venta que beneficia en calidad de servicio al usuario mientras que, a las sucursales a mejorar el tema de costos, entregando mas material en menos tiempo, ahorrando recursos.

La finalidad es adaptar a dichas sucursales y operadores que distribuyen cierto material a la nueva tendencia de compra por parte de los usuarios, conectarlos mediante la tecnología y demostrar que mediante la innovación los distribuidores pueden mejorar la productividad y con ello también la rentabilidad.

Diferenciar la empresa de la competencia y proporcionar una experiencia única y de alta calidad para los usuarios, para así fidelizar a los clientes existentes y atraer a nuevos clientes.

Implementar tecnologías innovadoras y avanzadas para tener un valor agregado en la empresa y su reputación en el mercado.

Extraer una gran cantidad de datos y análisis sobre el comportamiento y las necesidades del usuario, siendo utilizados para mejorar los productos y servicios de la empresa.

Ayudar a comprender mejor a los clientes y a tomar decisiones empresariales más informadas.

Mejorar la experiencia del usuario y aumentar la satisfacción del cliente.