Proyecto Tienda:

La tienda tiene la intención de implementar un programa de fidelización mensual

mediante el cual premiará a tres clientes destacados, con la particularidad de que estos

premios serán otorgados de manera recurrente, es decir, cada mes se llevará a cabo una

nueva selección de ganadores. Es fundamental mantener un registro detallado de todos

los premios entregados, así como de los clientes agraciados en cada ocasión.

El proceso de selección de los ganadores se basa en la acumulación de puntos por parte

de los clientes. Cada cliente acumula puntos mediante la realización de compras, con un

sistema de bonificación especial para productos seleccionados. Los clientes también

pueden obtener puntos mediante acciones adicionales, como recomendar la tienda a

amigos o completar encuestas de satisfacción.

Una vez que un cliente acumula una cantidad determinada de puntos, se le asigna

automáticamente una entrada para el sorteo mensual. El número de entradas asignadas

a cada cliente varía según la cantidad de puntos acumulados, lo que permite una

distribución equitativa de oportunidades entre todos los participantes.

El sorteo se lleva a cabo utilizando todas las entradas acumuladas por los clientes

durante el mes, garantizando así la imparcialidad y transparencia en el proceso de

selección de los ganadores.

Además, se establece un registro histórico completo de todos los premios entregados y

los respectivos clientes agraciados, lo que facilita un seguimiento preciso y sistemático

de cada sorteo realizado por la tienda. Este registro también proporciona información

valiosa para futuras promociones y estrategias de fidelización de clientes.

(Los subrayados en verde son los datos de entrada, los que están subrayados en rojo son los de salida y los que están subrayados en azul son los requerimientos.)

<https://github.com/SantiMorales123/Quiz-2-analisis-sistemas/upload>

solución de la siguiente pregunta

1. ¿Cómo podríamos diseñar una contrapropuesta para optimizar el programa de

fidelización y la selección de ganadores?

RTA: Para mejorar un programa de fidelización y la selección de ganadores, se pueden considerar las siguientes tácticas:

1. Premios Diversificados: En vez de premiar solo a unos pocos clientes destacados, se podría adoptar un sistema con premios variados. Ofrecer recompensas más pequeñas a un mayor número de participantes podría incrementar la motivación y la participación en el programa.
2. Más Formas de Acumular Puntos: Ampliar las maneras en que los clientes ganan puntos. Además de compras y recomendaciones, se podrían añadir acciones como seguir a la tienda en redes sociales, participar en eventos especiales o hacer compras en línea.
3. Niveles de Membresía: Implementar un sistema con diferentes niveles de membresía (por ejemplo, plata, oro, platino) basado en la acumulación de puntos. Cada nivel podría ofrecer beneficios adicionales como descuentos exclusivos o acceso anticipado a eventos.
4. Retroalimentación y Encuestas: Crear un sistema para que los clientes puedan dar su opinión y sugerencias sobre el programa de fidelización. Esto puede aumentar la participación y adaptar el programa a las preferencias de los clientes.
5. Transparencia y Comunicación: Mejorar la comunicación sobre cómo se realizan los sorteos y la selección de ganadores. Publicar los resultados y testimonios de los ganadores podría aumentar la confianza en el proceso.
6. Gamificación: Añadir elementos de gamificación, como desafíos mensuales o competiciones entre clientes, para que acumular puntos sea más divertido y atractivo.

Al aplicar estas tácticas, el programa de fidelización puede volverse más efectivo y atractivo, fomentando una mayor lealtad y participación de los clientes.

Diseño de mockup:



