Lista de Características

Descrição das Características

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| # | Característica | Descrição |
| 1 | Agendamento de Clientes | Permitirá que o cliente marque o agendamento, possibilitando discussão dos mais variados assuntos:  - Venda de Produtos.  - Sessão de Maquiagem e Limpeza de Pele.  - Interesse de clientes em iniciar como consultora. |
| 2 | Agenda de Compromissos | Não viabiliza o contato com os clientes, mas sim a organização de compromissos relacionados profissionalmente, ou até mesmo de caráter pessoal:  - Reuniões com investidores  - Eventos da Empresa  - Planos comerciais (Marketing) |
| 3 | Alertas | A sugestão de alertas abrange uma série de fatores presentes no respectivo sistema de controle. Podemos relaciona-los ao fato de que todo o sistema comercial, independente da área, precisa de um aviso de alerta caso ocorra algum erro ou atividade suspeita.  Exemplo:  - Determinado produto não esta rendendo adequadamente o lucro financeiro investido no próprio.  - Feedback em relação as vendas de suas consultoras, caso alguma esteja abaixo do desempenho desejado.  Tendo assim, uma forma de se prevenir em relação a futuros problemas. |
| 4 | Mensagens Automáticas | O mecanismo de mensagens automáticas está interligado diretamente com a agenda interna do sistema,o objetivo é um cadastro de mensagens automáticas e programação das mesmas em uma agenda, para que quando chegar a data e horário desta mensagem ser enviada, o destinatário consiga recebê-la, facilitando o usuário do sistema que não precisará executar tal função. |
| 5 | Lançamento de Vendas | Através do sistema SMMK, o usuário poderá lançar os produtos que foram vendidos, seguindo a sintonia em relação ao Lançamento de Compras, onde o produto é vendido com uma determinada margem de lucro em comparação com seu custo, para obter o respectivo retorno financeiro. Além disso, é possível calcular diversos aspectos como:  - Popularidade do produto.  - Lucro obtido.  - Metas a serem batidas em relação ao financeiro. |
| 6 | Lançamento de Bonificação | São lançamentos de produtos que entram no estoque como um bônus dado pela empresa, não existindo nenhum gasto na entrada, basicamente é um produto gratuito, no qual poderá ser revendido, como não há custo o retorno de lucro a praticar é superior. |
| 7 | Lançamento de Compras | São produtos que o usuário compra para revenda com uma determinada margem de lucro, produtos para uso próprio ou em sessões sem preço de venda. Este lançamento também deve alimentar o estoque dos produtos participantes. |
| 8 | Vinculo de Consultoras | Possibilidade de controlar e vincular consultoras fictícias a uma determinada consultora principal. Por exemplo, determinada consultora possui o desejo de possuir privilégios em relação ao seu tempo de trabalho em relação as demais, possuindo assim vantagens em relação a compra e venda de produtos. |
| 9 | Status de Consultoras | Permite controlar através do sistema dados específicos em relação as consultoras abaixo da hierarquia da empresa. Por exemplo: controlar o número de vendas, pesquisa de desempenho, pesquisa de satisfação em relação as vendas, entre outros.  Exemplo:  Consultora: Barbara Azevedo  Status: Ativo  Desempenho – Vendas: Alto  Descrição: a consultora Barbara, nas últimas 4 semanas, conseguiu concretizar a venda de 4.000 pontos em produtos Mary Kay em sua devida região de atuação. |
| 10 | Ajuste de Estoque | Manter o controle em relação aos produtos presentes no estoque, precavendo a falta dos mesmos, mantendo a total disponibilidade para os seus clientes. |
| 11 | Analise de Estoque | Analisar os produtos que compõem o estoque da empresa no geral, dando ênfase para os modelos que mais vendem e os que precisam melhorar em relação a qualidade. |
| 12 | Devolução de Clientes | Trocas solicitadas pelos clientes poderão ser lançadas no sistema. Assim que lançado, deverá ser colocado o motivo da troca: produtos danificados; o cliente não gostou de determinado produto e optou por outro modelo; entre outros. |
| 13 | Feedback do Cliente | Função que permite que o administrador mantenha contato com os seus clientes, recebendo opiniões em relação aos produtos e preços fornecidos. Este feedback é importante para a empresa absorver novas ideias, visando a melhora na qualidade de atendimento em relação aos produtos oferecidos. |
| 14 | Cadastro de Produtos | Possibilidade de cadastrar e lançar características de produtos no sistema, descrevendo os seus detalhes: tipo, modelo, tamanho, entre outros. |
| 15 | Cadastro de Clientes | Função que permite o administrador do sistema a cadastrar clientes existentes e novos para as respectivas funções:  - Futuras consultoras  - Características do Perfil  - Preferencias |
| 16 | Cadastro de Consultoras | Possibilidade de cadastrar consultoras para controle de qualidade em relação aos serviços prestados pelas mesmas e cadastrar clientes que possuem o interesse de ingressar na carreira de vendas.  Por exemplo: a cliente Julia Almeida , depois de realizar muitas compras, se interessou no fato de ingressar na carreira como consultora Mary Kay, vendo com grandes olhos a oportunidade de sucesso como empresaria autônoma. |
| 17 | Desconto no momento da venda | Desconto concedido pela administradora por meio do sistema através da compra realizada pelo cliente.  Por exemplo: Mariana realizou a compra de uma variedade de produtos de todas as linhas, devido a grande quantidade vendida, é possível realizar um desconto de porcentagem em relação ao preço original, gerando comodidade ao cliente. |
| 18 | Duplicar Cadastro | Opção disponibilizada nas telas de cadastros, onde será possível realizar cadastros similares, podendo fazer alterações pontuais no mesmo.  Exemplo: cadastro de produtos  - Base beige 1, possui características similares a todas as tonalidades de base, ao clicar na opção duplicar, gera-se um novo cadastro para alterações necessárias como descrição do produto (Base beige 2). |
| 19 | Família de Produtos |  |
| 20 | Pack Promocional | Pacote contendo uma série de produtos inclusos no pack de venda promocional. O cliente que efetivar a compra terá inúmeras variedades de produtos presentes no pacote. Cada pacote varia em relação aos tipos de produtos inclusos. |
| 21 | Programação de Ofertas | Função que propaga futuras promoções e descontos aos clientes.  Podendo ser planejado o momento especifico(dia) para se lançar uma oferta de produtos para atrair o numero de vendas.  Exemplo: Na próxima semana, produtos da Linha TimeWise estarão a venda com 20% de desconto. |
| 22 | Desconto em percentual (%) no cadastro das consultoras |  |
| 23 | Desconto em percentual (%) no cadastro de clientes |  |
| 24 | Indicação de Clientes | Área do sistema voltada para a sugestão dos clientes em relação a novos produtos que eles gostariam de comprar ,ou, até mesmo sugerir boas referencias no mercado de produtos de beleza para se inspirar. |
| 25 | Mapa de Consultoras |  |
| 26 | Transferência de Agendamentos |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |