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 via Whats App | 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 SCMK, 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 às 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.  Esse ajuste inclui:  - Perda (quebra, validade)  - Roubo (furto em sessões) |
| 11 | Analise de Estoque | Analisar movimentações realizadas (compras, vendas, bonificações, trocas) e visualizar a quantia final em estoque disponível para futuras movimentações. |
| 12 | Devolução de Clientes | Devoluções solicitadas pelos clientes poderão ser lançadas no sistema para uma futura troca ou devolução do dinheiro, vinculando as movimentações financeiras. 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  - Preferências |
| 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 | Funcionalidade implantada para classificar **produtos** semelhantes. A família de produtos permite agrupar e categorizar produtos, facilitando o gerenciamento e precificação dos mesmos.  Características em comuns: custo, preço de venda, tamanho, linha.  Diferença: cor, tonalidade, fragrância. |
| 20 | Composição (kits e cestas) | Pacote contendo uma série de produtos inclusos de acordo com cadastramento e vínculo realizado pelo usuário do sistema. O cliente que efetivar a compra terá inúmeras variedades de produtos presentes no pacote. Cada pacote varia em relação aos tipos de produtos inclusos e o sistema realiza o cálculo do preço final de venda desta composição. |
| 21 | Programação de Ofertas | Função que propaga futuras promoções e descontos aos clientes.  Podendo ser planejado o momento específico (dia) para se lançar uma oferta de produtos para atrair o número 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 | O intuito dessa função é vincular no cadastro de cada consultora um desconto fixo.  Exemplo: a diretora realiza vendas para consultora Tamara sempre com 30% de desconto, mas para a Elaine com 50%. No lançamento de uma venda ao vincular a consultora Tamara, o sistema já vai trazer o percentual de desconto informado no cadastro anteriormente e fará o cálculo do valor final do produto (valor do produto – percentual de desconto). |
| 23 | Desconto em percentual (%) no cadastro de clientes | O intuito dessa função é vincular no cadastro de cada cliente um desconto fixo.  Exemplo: a consultora possui parceria com a Soraia (dona de um salão de beleza) e quando a Soraria quer adquirir algum produto, o mesmo sairá com 10% de desconto. No lançamento de uma venda ao vincular a cliente Soraia, o sistema já vai trazer o percentual de desconto informado no cadastro anteriormente e fará o cálculo do valor final do produto (valor do produto – percentual de desconto). |
| 24 | Sugestões de clientes | Área do sistema voltada para a sugestão dos clientes em relação a novos produtos que eles gostariam de adquirir, técnicas aplicadas em sessões, até mesmo sugerir boas referências no mercado de produtos de beleza para se inspirar. |
| 25 | Mapa de Consultoras | Esta característica servirá para atender principalmente a diretora que possui abaixo de sua hierarquia diversas consultoras, através deste mapa será possível visualizar onde estão localizadas suas consultoras para visitas e transferência de agendamentos. |
| 26 | Transferência de Agendamentos | A transferência de agendamentos está diretamente ligada ao agendamento de clientes e mapa de consultoras.  Quando uma cliente acessa o sistema e agenda uma sessão, será verificado se há disponibilidade na agenda de compromissos, não havendo será possível detectar através do mapa de consultoras, uma que seja mais próxima dessa cliente para atendê-la, com isso, acontecerá a transferência de agendamentos. |
| 27 | Indicações de clientes | Funcionalidade disponível para clientes, as mesmas acessarão o sistema e terão um espaço exclusivo para indicar amigos (as), dessa forma, diretoras e consultoras podem viabilizar uma forma de fornecer brindes para as clientes que fizerem bastante indicações. |
| 28 | ABC de Vendas | Um balanço de produtos que compõem o estoque da empresa no geral, ordenando produtos mais vendidos e os que precisam ter sua margem de venda elevada. |
| 29 | Pack promocional | São promoções que permitem junção de produtos.  Exemplo:  A partir de 5 unidades recebe-se desconto de 1,00  Na compra de 2 bases leve um pincel gratuitamente (leve X pague Y). |
| 30 | Lançamento de Trocas | Trocas são tarefas executadas constantemente por consultoras da área.  Exemplo:  - Consultora 1 fornece para Consultora 2 uma base bronze 1 em troca de 1 base bronze 2, veja que ambos produtos são da mesma família, ou seja, seu custo e preço de venda é o mesmo, dessa forma, ao efetuar este lançamento o estoque da Consultora 1 será atualizado, removendo a base bronze 1 e inserindo a base bronze 2, não processando nenhuma alteração no controle financeiro. |
| 31 | Cadastro de despesas | Neste cadastro serão inseridas despesas mensais, semanais, diárias e eventuais, é importante a separação de despesas pessoais que afetarão diretamente no financeiro e profissionais nas quais causam impacto no lucro após o lançamento de algumas vendas ou a realização de uma sessão de beleza, vinculando a determinadas despesas. |
| 32 | Sistema WEB | Plataforma principal do sistema SCMK, oferecendo serviços dos mais diversos voltados para o gerenciamento de produtos da linha Mary Kay, site que poderá ser acessado por todos aqueles vinculados com a marca: consultoras, clientes e diretoras. |
| 33 | Aplicativo Móvel | A ideia de desenvolver um aplicativo móvel do sistema SCMK visa facilidade, praticidade, sendo viável para expandir a logica presente no projeto. Com este aplicativo, tanto consultoras como clientes poderiam participar diretamente de diversas ações ligadas a empresa com um simples toque em seu smartphone, colaborando para o desenvolvimento interativo do sistema e de sua própria carreira pessoal. |
| 34 | Fluxo de Caixa | Refere-se ao fluxo de dinheiro do caixa da empresa, basicamente, um controle sintético de despesas e ganhos, em determinado período. |
| 35 | Saldo do cliente | A função saldo do cliente permite que o administrador tenha a supervisão em relação ao saldo dos seus clientes, seja devedor(negativo), ou em haver(positivo), mantendo assim, um melhor controle sobre a conta disponível do cliente. |
| 36 | Vinculo de Parceria no cadastro de clientes | Campo para indicar se o cliente é parceiro (auxilia nas vendas, podendo receber brindes e descontos). |
| 37 | Histórico de vendas de clientes parceiros | Visualizar a quantidade vendida de produtos por clientes parceiros. |
| 38 | Cadastro de Metas pessoais | Possibilidade de o administrador lançar os seus objetivos e metas em relação ao desempenho provido para si e sua franquia.  No cadastro de metas pessoais, serão inseridas todas as metas que foram alcançadas, e aquelas que o administrador pretende concluir futuramente.  Exemplo:  - Número de produtos vendidos  - Número de Clientes prospectados  - Número de Consultoras iniciadas |
| 39 | Total recebido no mês | Representa o total recebido no mês, especifica lucros adquiridos com a venda de produtos no mês. |
| 40 | Total vendido no mês | Representa o valor vendido, que é diferente do valor recebido, pois se pode vender R$ 1.000,00 e receber apenas R$ 500,00, devido as vendas a prazo. |
| 41 | Média de vendas diárias | Calcula basicamente a media de vendas realizadas diariamente, estando ligado diretamente com o lucro geral obtido no mês, contribuindo para o controle financeiro e futuras despesas. |
| 42 | Cadastro de administradora de cartões de crédito | Possibilidade de possuir 1 ou mais máquinas de cartão.  Exemplo:  - PagSeguro  - PayLeven |
| 43 | Vinculo de taxas nas administradoras de cartões de crédito | Campo para vinculo da taxa no cadastro das administradoras de cartões, devido as diferentes taxas exigidas pelas mesmas, mediante forma de pagamento: débito, crédito a vista ou crédito parcelado. |
| 44 | Importação de NF-e | Função que permitira a entrada de nota fiscal de produtos recebidos através do sistema de maneira pratica e eficaz alimentando o estoque e o financeiro. |
| 45 | Controle de Empréstimo de Produtos | Controle de empréstimos de produtos para consultoras ou clientes, as mesmas utilizaram e pagarão com um novo ou experimentarão os produtos emprestados, ocasionando em uma futura venda ou devolução do mesmo para ser utilizado como uso pessoal ou em sessões. |
| 46 | Linhas de Novos Produtos | Área para inserção de novos produtos, que serão futuramente lançados no sistema, e automaticamente divulgados para os respectivos clientes. |
| 47 | Separação de Linha de Produtos | Os produtos poderão ser vinculados às linhas existentes para facilitar no momento da venda, no momento da indicação de produtos aos novos clientes. |
| 48 | Tabela de parceiros | Essa tabela servirá para utilização diária, semanal, mensal ou trimestral, o intuito da mesma é lançar os produtos que foram entregues aos clientes parceiros para maior controle e prevenção a perda de produtos, essa funcionalidade terá ligação direta ao lançamento de vendas, pois quando produtos entregues informados nessa tabela não forem vendidos serão devolvidos para a diretora ou consultora responsável por este produto. |
| 49 | Pedido de compra | Preferencialmente é necessário que essa funcionalidade seja vinculada diretamente com o site da Mary Kay, seja informado o número do pedido e já traga os produtos que foram pedidos. |
| 50 | Travas do sistema | Essas travas servirão para barrar processos errados ou quando houver divergência.  Exemplo:  - Quantidade de produtos no pedido de compra diferente da quantidade recebida conforme a entrada da nota. |