**PATAGONIA POSTERS**

**PROGRAMA**

**para mejora del sitio** <http://www.patagoniaposters.cl/>

**y para dar inicio activo a acciones de publicidad en internet.**

Se mencionan a continuación las partes del sitio que necesitan mejoras o soluciones a problemas existentes. Además se creará un “carrito de compras” que aún la página no posee. Se agregarán algunas funciones para hacer más efectivo el proceso de compra de los posters.

En cuanto a la publicidad en internet, se comenzará con una campaña pequeña de “Adwords” en inglés y español para ver cómo funciona, como un test (que luego podría repetirse si da resultados positivos).

Otra acción será una pequeña campaña de Facebook “ads” por un mes para ver qué respuesta hay.

En base a ese primer mes se tomarán decisiones de cómo seguir publicitando, completando 3 meses de publicidad en total.

El compromiso de entrega del trabajo web terminado y los informes de publicidad es para el 27 de diciembre de 2015.

El precio total del trabajo es de 910.000 pesos chilenos.

**DESARROLLO DEL PROGRAMA:**

**MEJORAS SITIO WEB:**

1. **CARRITO DE LA COMPRA**
   * Carrito de la compra que permita guardar varios posters (de uno o más tipos). Es decir, el usuario podría guardar un poster, volver atrás, y seguir guardando más.
   * Permitir al usuario seleccionar el número de posters que quiere añadir de una sola vez (con un campo numérico o bien botones para aumentar o reducir la cantidad).
   * Permitir la agrupación en tubos (hasta 3 posters en un solo tubo) como el usuario desee.
   * El carrito calculará los costes de envío exactos en función del peso y del destino.
   * Los tramos de costes se introducirán a través del panel de administración.
2. **PROMOCIONES**
   * El sistema debe permitir ofrecer un número variable de promociones.
   * La maquetación de la web se adaptará automáticamente al número de promociones (1 oferta al centro o al ancho completo de la pantalla, varias ofertas distribuidas en diferentes filas y columnas, etc.)
   * Se elegirá en el panel de administración el número de ofertas que se quieren mostrar.
3. **POSTERS DE EDICIÓN ANTERIOR**
   * Cuando el poster elegido por el usuario esté disponible en dos calidades, se mostrará una descripción de las dos y se ofrecerá la posibilidad de elegir cualquiera de ellas.
   * El texto de la descripción se introducirá a través del panel de administración.
4. **SEGURIDAD**
   * Añadir un sistema básico de seguridad al panel de administración, de forma que pida usuario y contraseña para acceder a él.
5. **AVISO DE DESCARGA DE RESPONSABILIDAD**
   * En el momento de hacer un pedido, se pedirá al usuario que confirme que ha leído las condiciones legales, que informan de que la autora declina toda responsabilidad por pérdida de los paquetes o incidencias en el envío por motivo de las empresas mensajeras.
   * El texto que se mostrará se introducirá a través del panel de administración.
6. **MEJORAS DE MAQUETACIÓN**
   * Cambiar la imagen de portada por un slider.
   * Corregir la maquetación de los botones “Comprar” de las Promociones para que no se descoloquen.
   * Corregir la posición del menú de navegación para que permanezca siempre visible.
   * Hacer una versión adaptable a diferentes dispositivos ("responsive")· Viendo la web en un iPad o un móvil, es imposible comprar a través del botón de Paypal, y la maquetación se descoloca. Esto se solventaría con un rediseño de la arquitectura de la web.
   * Rendimiento. Ahora mismo se están cargando muchos recursos que no son necesarios y que ralentizan mucho la carga de la web. Además, hay muchos errores en el código, que la ralentizan todavía más, y que pueden corregirse.

**CAMPAÑAS PUBLICITARIAS:**

Detalle de campañas:

**1- Campañas Google Adwords**

1º Etapa (2 meses de duración):

Fecha estimada inicio de campañas 10/10/2015

* Configuración general de la campaña (presupuestos, ubicaciones geográficas, programación de días y horas de campañas etc.)
* Elección y configuración de frases clave de búsqueda.
* Elección y configuración de frases clave negativas para evitar clics poco rentables.
* Elaboración y optimización de anuncios de texto.
* Monitorización y optimización de campañas.
* Informes periódicos.

2º Etapa (1 mes de duración):

* Ídem 1º etapa más configuración de campaña de **remarketing de display** (a usuarios que han visitado la web y no han convertido se les muestran banners de la empresa en su navegación de internet)

**2- Campañas Facebook Ads**

Detalle de campañas (Duración 2 meses)

Fecha estimada inicio de campañas 10/10/2015

* Configuración general de la campaña.
* Segmentación de Audiencias.
* Elaboración y optimización de anuncios (texto y gráficos).
* Monitorización y optimización de campañas.
* Informes periódicos.

Julieta Fernández Cánepa Diego Senosiain

21.409.856-3 xxxxxx