

Informe de avances
Proyecto de sistemas de Información

Introducción

En el siguiente informe daremos a conocer la investigación que hicimos para realizar el inicio de nuestro proyecto, en donde tuvimos que encontrar algún tipo de problema que se diera en nuestro entorno, tomar este problema y analizarlo a fondo de tal manera que pudiéramos identificar los distintos actores que interactúan en este problema y ver en detalle el comportamiento de cada uno de ellos, con esto dividir en partes el problema y lograr entender cómo funciona cada una de estas partes y con la información obtenida de este análisis poder entender que es lo que está ocasionando este problema.

Para poder desarrollar la problemática propuesta, nuestro equipo ha optado por la división de las tareas dándole roles a cada miembro del equipo de forma de optimizar los tiempos lo mejor posible, teniendo en cuenta que en algún momento alguno de los miembros no pudiese estar presente en alguna de las actividades o presentaciones por motivos de fuerza mayor. Es importante el tránsito de información entre los miembros para poder avanzar, y para ello hemos creado un grupo de chat en Facebook para mantenernos en contacto y poder hacer transitar la información de forma más eficiente.

Plan de Trabajo

Los roles que hemos dispuesto para cada uno de los integrantes son los siguientes:

- Colector de información (buscar y extraer información desde las fuentes directas)
- Analista de datos (es el encargado del filtrado de la información)
- Aplicador de las posibles soluciones (encargado de plasmar la información previamente entregada)

Cuyos encargados son Oscar Gómez, John Vergara, Eduardo Gonzales respectivamente.

Lo primero que hicimos, luego de formar el grupo, fue encontrar una problemática que pudiésemos tratar de resolver, una vez definida la problemática a tratar iniciamos con la fase de recolección de datos.

Para poder encontrar las causas del problema, nuestro recolector de datos, mientras trabajaba, buscaba todos los posibles factores que pudieran dar origen al problema y generaran los consecuentes problemas.

Una vez obtenidos todos los datos empezamos a ordenarlos de tal forma que pudiésemos entenderlos, una vez ordenados los datos obtenidos pudimos iniciar la fase de análisis.

Para poder dar con una solución hicimos una lluvia de ideas buscando dar soluciones que pudieran satisfacer a las partes involucradas dentro del problema sin perjudicar a alguna de ellas. Ya una vez terminado la lluvia de ideas procedimos a seleccionar la mejor idea e iniciar la fase de desarrollo, fase que está actualmente en proceso.

Análisis

Contexto

Lo primero a realizar fue la explicación del trabajo al gerente de la tienda Home Center Sodimac Curicó Cristian Fuentes, el cual accedió a que podamos hacer este estudio, viéndolo como una oportunidad que genere interés a los objetivos de la empresa, posteriormente nos dio el correo electrónico de don Luis Meléndez, jefe de atención al cliente, para realizar una futura entrevista, (actualmente esperando respuesta).

La problemática que hemos identificado como grupo, se da en la desinformación y desorientación del cliente al verse enfrentado a una tienda grande, al ver que hay poco personal para atender y no saber en dónde se encuentra lo que necesita, provocando una pérdida de tiempo importante y un malestar para este. A nivel de tienda esto provoca malas calificaciones de los clientes hacia el servicio (vía página web, a través de encuestas, reclamos en servicio al cliente, etc.), bajando las ventas, aumentando los reclamos y causando un mal prestigio para la empresa, como consecuencia de esto los clientes prefieren otras tiendas. A nivel de usuario esto provoca pérdida de tiempo, malestar, malas compras, desorientación y todo esto lleva a la persona a tomar malas decisiones y en ocasiones perder su dinero si compra algo que no le sirve o también perder el viaje a la tienda por no encontrar el producto que necesitaba.

Según una encuesta interna que realiza la compañía para medir su atención (encuesta NPS o Net Promoter Score) nos señala que las evaluaciones más bajas son respecto al tiempo de espera de un cliente al momento de ser atendido, y los comentarios que los mismos clientes les hacen a los vendedores al momento de ser atendidos. Existen clientes que muchas veces son enviados por sus maestros de obras y les solicitan una lista de materiales pero no entienden lo que buscan por lo cual se ven frustrados, molestos y deciden ir a la competencia para comprar sus productos. Esto genera una baja en las ventas y una baja en la credibilidad que afecta a la marca de la empresa. Actualmente la empresa, se está centrando en la auto-atención, y justamente el tema de la desinformación sobre la ubicación, o la utilidad de un producto para la gente no conocedora es el peor.

Una de las debilidades es que al ser una empresa que está en constante cambio, podría llegar a ser confuso incluso para los trabajadores.

Un riesgo a considerar es que el uso de esta información podría ser mal utilizada o para usos criminales, es importante tener en cuenta la seguridad. Las ventajas son la comodidad y la innovación de un sistema que ayude a bajar los tiempos de compra/espera así evitando los atochamientos y mejorando la eficiencia

“A los clientes les gusta ser autosuficientes. Por lo general no quieren hablar con nosotros o quieren hacerlo por medio de los canales y métodos que ellos prefieren.

Una investigación realizada por Steven Van Belleghem y la empresa de investigación de mercado SSI, demostró que el 40% de los encuestados prefieren el autoservicio al contacto humano en sus futuras comunicaciones con compañías. En el ámbito digital, un estudio hecho por un operador de chat en vivo halló que el 88% de los encuestados indican que el chat en vivo mejora la experiencia digital. Si asumimos que una exitosa sesión de chat en vivo evita una llamada telefónica, entonces el cliente y la organización se benefician.

Al final la ecuación es bastante simple: mientras menos tengan que esperar los clientes a alguien de su organización para que los ayude, menos tendrán que esperar en total durante el proceso.”

Fuente: <http://blog.wivoanalytics.com/5-tips-para-desminuir-el-tiempo-de-espera-del-cliente>

Requerimientos

Esta problemática ha sido dada a todos los miembros del grupo, y se entienden al detalle los requerimientos para darle una solución temporal/definitiva al problema conforme se vaya desarrollando el proyecto

Lista de tareas detectadas:

- Desinformación
- Poco personal
- Ubicación del producto
- Perdidas

Actores de la problemática

- Clientes
- Trabajadores
- Empresa

Si hubiesen posibles futuros actores dentro del proyecto seriamos el grupo al desarrollar este proyecto para la empresa, más allá de eso no veo otros actores.

Metodología

La forma de comunicación que tiene el grupo, es a través de Facebook mediante el chat en donde se creó un grupo para poder hablar y hacer traspasos de información y contenidos. También se creó una cuenta en Github, esta plataforma se nos hace difícil de manejar ya que nunca la hemos utilizado y no tenemos conocimientos previos de esta. La forma de trabajo que utilizamos, más que nada es a través de distintas plataformas, ya que hacerlo presencialmente se nos hace muy difícil como equipo por los distintos horarios que tenemos todos y otros factores como falta de tiempo debido a que 2/3 del equipo trabaja, sumado a la distancia entre integrantes; uno es de Hualañé, otro de Sarmiento y otro de Curicó, más que nada esas son las formas de comunicación que tenemos y los inconvenientes que tenemos para juntarnos.

Algunos reclamos dentro de las redes sociales



Jorge Luis Mejias Marambio



No encuentras nunca una persona que te ayude.

Me gusta · Comentar · hace aproximadamente un año · 13 opiniones ·

A 4 personas les gusta esto.



Rita Maldonado Nuñez



LA ATENCION ES MUY MALA NUNCA HAY ALGUIEN QUE TE AYUDE EN CURICO

Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 3 años ·

A Patricio Serrano le gusta esto.



Escribe un comentario...



Conclusión

Durante el informe hemos mostrado nuestros avances al momento de buscar los datos, analizarlos, dar con las causas del problema y buscar posibles soluciones. Pero dado que crear una herramienta de autoservicio es complicado, es normal que se deba esperar su tiempo tanto para probar su factibilidad como su funcionalidad.

Tal como se ve en la imagen anterior son mucho los reclamos que se han visto hacia la empresa por la falla en la atención al cliente lo cual genera múltiples problemas que manchan la reputación de la empresa como distribuidora.

Lo que esperamos hacer a la larga es poder darle una solución a ese problema que ya se ha prolongado por demasiado tiempo en la clientela, y hacerlo de tal forma que el propio cliente pueda usarlo de manera eficiente sin darse demasiados problemas.