

Análisis de proyecto: Web E-commerce

1. Introducción al problema

Crear una página web multiservicio de e-commerce es un proceso que debe tener una serie de pasos a seguir para elaborar un proyecto de interés y calidad y disponer de una buena herramienta para la compraventa de distintos productos. El problema es que la mayoría de tiendas online venden productos, pero no servicios. Este es el punto en el que nos queremos centrar.

Primero, hay que definir el servicio que vamos a dar a los clientes. De esta forma, si optamos por una tienda e-commerce multiservicio, podremos contar con mucho stock además de productos propios que gestionar en la página web de una forma atractiva para los clientes. Este servicio web tendrá que contar con las más novedosas herramientas del mercado si queremos diferenciarnos del resto de la competencia.

2. Explicación del servicio

La idea es desarrollar una web similar a [TAOBAO](#), web de comercio electrónico B2B similar a Aliexpress, pero en este caso en español, donde predomine la compraventa de todo tipo de productos pero además que en éste incluya también **servicios**; como la creación personalizada de una página web, un cuadro pintado a mano, asesoramiento para decorar el hogar, construcción, alimentos o todo tipo de encargos a pequeñas y grandes empresas/proveedores que nos ofrezcan algún tipo de servicio especializado.

Destacar la comunicación generalizada entre el comprador y el vendedor antes de la compra con inmediata corrección a través de un programa de chat. Se quiere convertir en un hábito entre los compradores en línea para poder "charlar" con los vendedores o con el equipo de servicio al cliente a través del chat de la web para solicitar información sobre productos, participar en la negociación, etc. antes de la compra.

Todo el desarrollo web es completamente modulable y a medida por lo que se podrá disponer de todos los productos de diferentes tiendas y megastores online en un solo motor de búsqueda que le devolverá los mejores precios y resultados del mercado. Se muestra por categorías tales como: Moda mujer, Moda hombre, Telefonía y comunicaciones, Informática, oficina y seguridad, Electrónica, Bisutería y relojes Hogar, mascotas y electrodomésticos, Bolsos y calzado, Juguetes e infantil, Deporte y exterior, Salud, belleza y peluquería, Motor, Bricolaje y herramientas, Leche en polvo / alimentación complementaria / nutrición, Mascotas / alimentos y suministros para mascotas, Antigüedades / Monedas postales / Caligrafía y pintura / Colección, Mejor valorados, Ranking oficial de la web, etc. Además de la sección de información sobre la web como atención al cliente, disputas, protección del comprador, informarse sobre una infracción DPI y la sección para vendedores.

3. Estudio de mercado

Lógicamente la especialización de estas webs no son fáciles y requieren constancia, dedicación y originalidad. Muchas veces la simple diferenciación en los servicios es un factor clave del éxito en una web de e-commerce de este tipo.

Una de las competencias directas son Amazon, Aliexpress, Taobao, Etsy.. y para diferenciarlas de éstas hay que añadirles servicios adicionales tales como sorteos, concursos, realización de vlogs y reviews sobre productos comprados en la web (para "influencers"), métodos de pago que incluyan pequeños préstamos a la hora de hacer la compra (parecido a Amazon, ayudando al sector más juvenil). También, hacer llegar todos los espacios de la web a las empresas y proveedores con un "Sistema de acceso del comerciante ", con opciones ingeniosas para trabajar. Desde poder crear una lista detallada de todos los artículos que desea vender el usuario en la web y poder elegir la tienda en línea que coincida con su modelo de negocio para que puedan promocionarse y abrir sus stores ofreciendo sus servicios en ella.