



UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

AS ACCESORIOS

Juan Diego López Correa
Juan Felipe Tabares Serna

Corporación Universitaria Remington

Programa de Ingeniería en Sistemas

Manizales, Colombia

2024

Objetivo General:

Crear una plataforma web para mejorar la venta de accesorios y calzado, ofreciendo una experiencia de compra eficiente e intuitiva para los clientes.

Objetivos Específicos:

1. Implementar un sistema dinámico de gestión de inventario:

- Desarrollar módulos que optimicen la búsqueda de productos en línea, permitiendo a los clientes encontrar fácilmente lo que necesitan.
- Integrar alertas automáticas para notificar a la administración sobre productos de alta demanda o bajos niveles de inventario, facilitando la gestión y reposición de productos.

2. Facilitar la experiencia de compra para clientes registrados:

- Diseñar un proceso de registro de usuarios que incluya preferencias de productos, facilitando la recomendación personalizada y la búsqueda rápida.
- Implementar una sección de perfiles de usuario que no solo permita la gestión de datos personales, sino también la creación de listas de deseos y seguimiento de productos.

3. Garantizar un sistema de pago seguro y confiable:

- Integrar pasarelas de pago seguras que inspiren confianza en los clientes, aumentando la conversión de ventas.
- Desarrollar una funcionalidad de carrito de compras que permita guardar productos para una compra posterior, reduciendo la fricción en el proceso de compra.

4. Crear una interfaz amigable para la administración del sitio:

- Diseñar una interfaz de usuario intuitiva que permita una navegación rápida y eficiente a través de categorías y productos.
- Implementar herramientas de búsqueda avanzada y filtrado para facilitar la búsqueda de productos específicos.

5. Explorar opciones para una experiencia de compra más física y personal:

- Investigar la posibilidad de crear pop-up stores o eventos donde los clientes puedan interactuar con los productos en persona.
- Explorar soluciones de realidad aumentada o virtual que permitan a los clientes "probar" productos de manera virtual antes de comprar en línea.

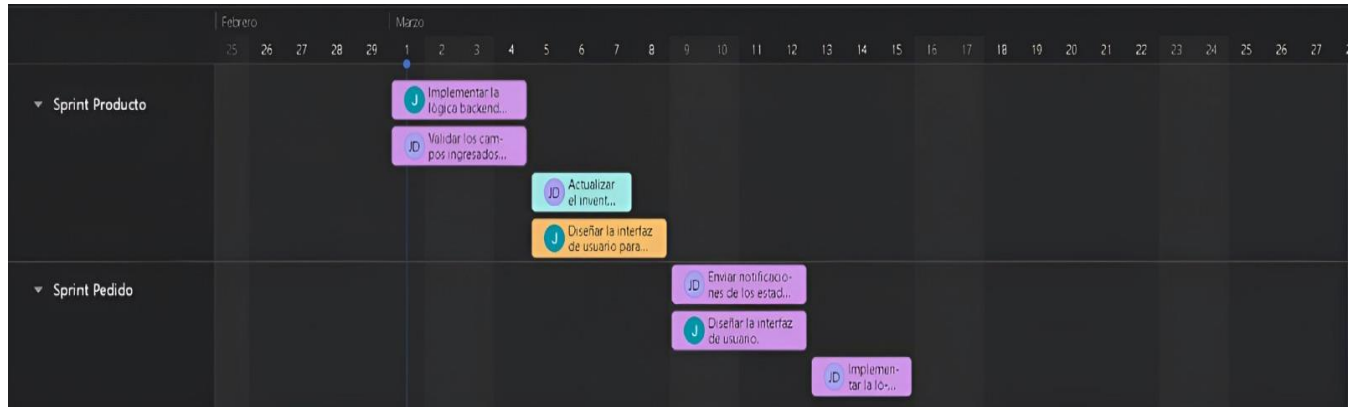


Diagrama de Casos

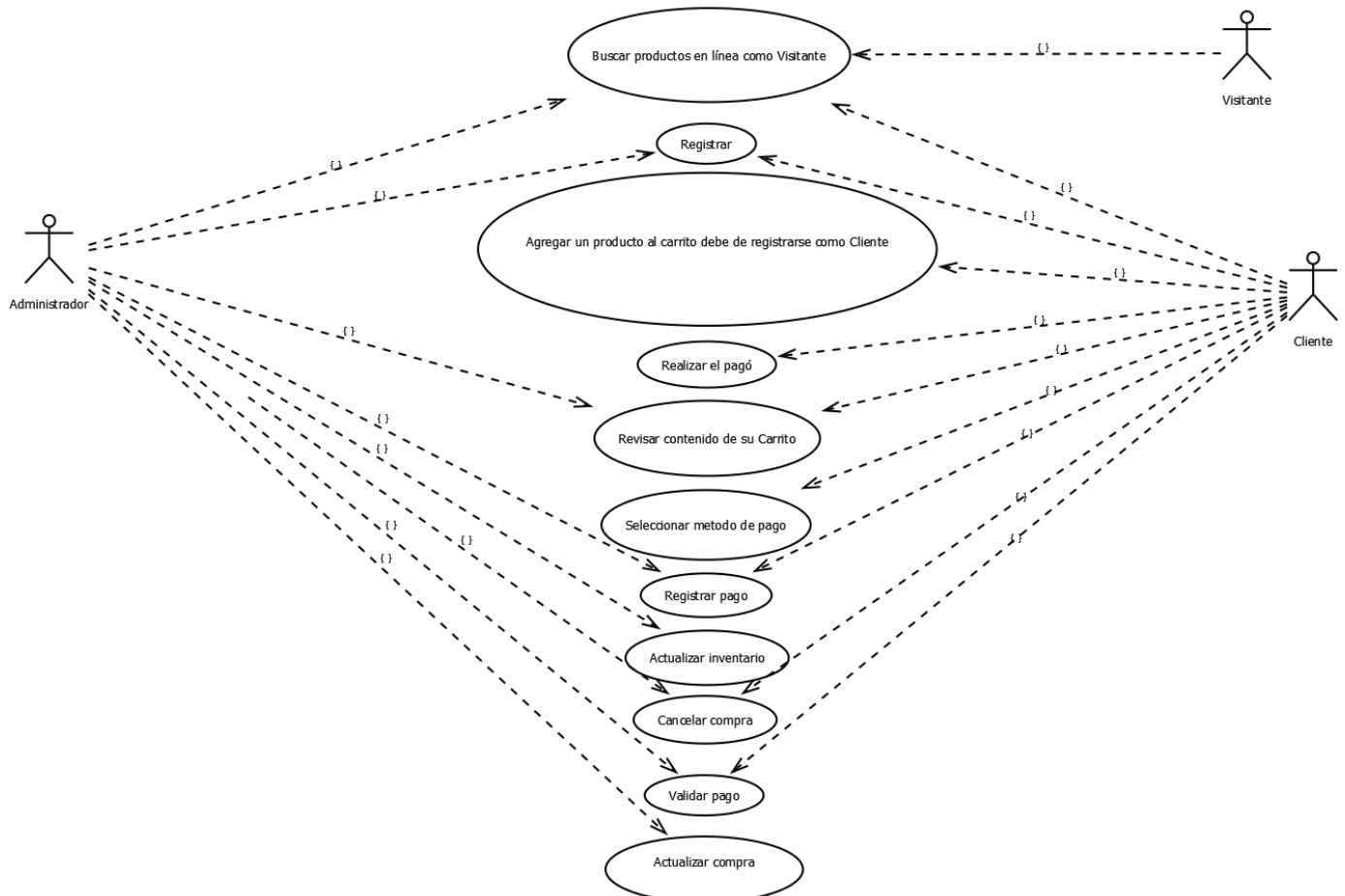


Diagrama de Clases

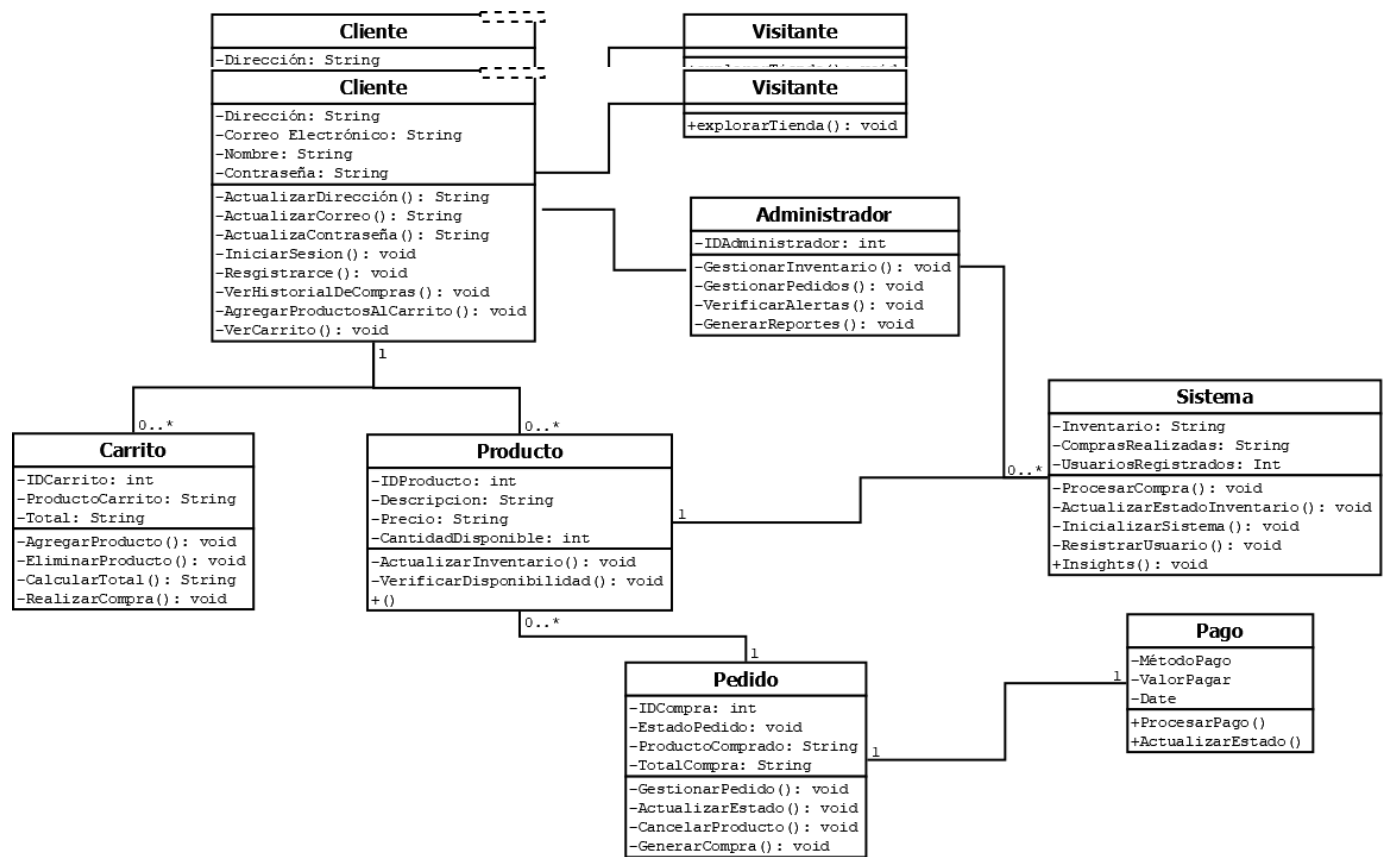
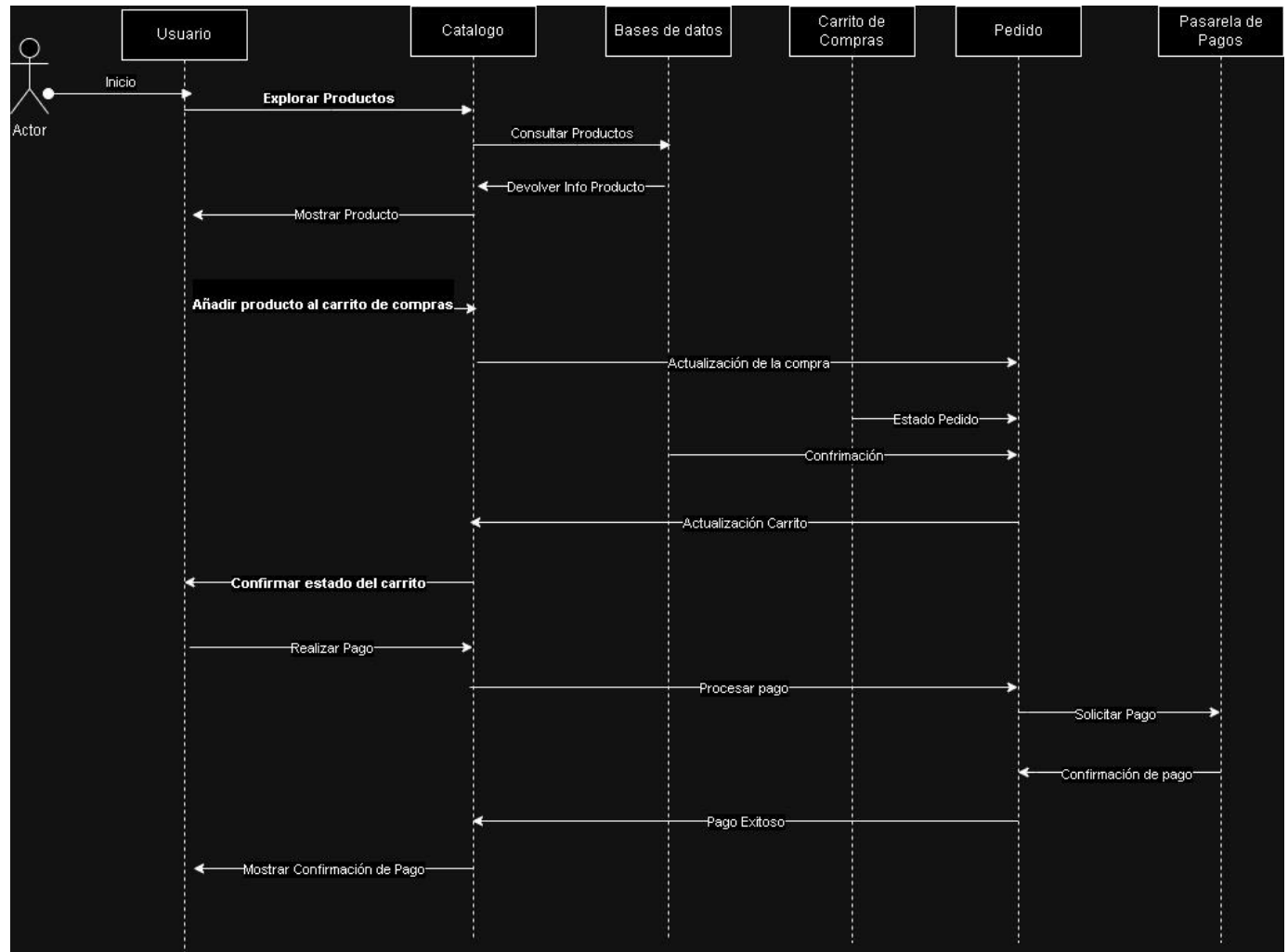


Diagrama de Actividades

Diagrama de Secuencia



Problemática

AS ACCESORIOS enfrenta el desafío de mejorar la experiencia de compra de sus clientes. Actualmente, depende en gran medida de la promoción de sus productos a través de redes sociales como Instagram. Esto limita la capacidad de los clientes para buscar productos específicos de manera rápida y eficiente, ya que deben navegar a través de múltiples publicaciones y fotos para encontrar lo que están buscando. Además, al no tener una tienda física, ASACCESORIOS carece de un espacio dedicado donde los clientes puedan explorar y seleccionar productos de manera más cómoda y personalizada.

Justificación

- 1- Mejora en la experiencia del cliente: Al proporcionar una plataforma en línea donde los clientes puedan buscar productos de manera más específica por marca, color, estilo, etc., AS ACCESORIOS mejora la experiencia de compra al hacerla más conveniente y eficiente.
- 2- Conexión más directa con los clientes: La página web permite a AS ACCESORIOS establecer una conexión más directa y personalizada con sus clientes, lo que puede fomentar la fidelidad y aumentar las oportunidades de venta.

- 3- Suplir la falta de una tienda física: Al no tener una tienda física, la página web de AS ACCESORIOS se convierte en el principal punto de contacto con los clientes, ofreciendo un espacio virtual donde pueden explorar y comprar productos en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- 4- Expansión del alcance de mercado: La página web de AS ACCESORIOS amplía el alcance de mercado al permitirle llegar a un público más amplio que simplemente los contactos o seguidores en Instagram. Al estar disponible en línea, la tienda se vuelve accesible para cualquier persona que busque productos de moda y belleza, independientemente de si están familiarizados con la marca en las redes sociales o no. Esto abre nuevas oportunidades de venta y permite que AS ACCESORIOS llegue a clientes potenciales que de otra manera no hubieran conocido la marca.
- 5- Diversificación de canales de venta: Al agregar una tienda en línea a su estrategia de ventas, ASACCESORIOS diversifica sus canales de venta y reduce su dependencia de las redes sociales para promocionar sus productos.