

E-commerce Espai gastronòmic

1.1 Introducció

Un grup de socis ha desenvolupat un projecte gastro-cultural que vol tenir seu a Barcelona i a la vegada tenir presència a nivell internacional.

Per poder dur a terme el projecte han comprat un espai multifuncional a Poblenou que volen destinar a difondre la gastronomia coreana, sostenible i ecològica. Ells tenen tots els coneixements culinaris i socials però necessiten passar el negoci a internet per poder arribar a un abast de clients molt més ampli.

1.2 Explicació del servei

El servei en consisteix en un lloc web on els usuaris podran cercar tot tipus d'activitats que es poden realitzar en aquest espai des de tallers gastronòmics fins a poder llogar l'espai per esdeveniments privats.

Els usuaris han de poder accedir als diferents tallers que s'ofereixen, veure l'informació de cadascun i quan hagin decidit el que els hi agrada, tenir dues opcions de poder reservar o comprar un pack de regal, també veure la disponibilitat en un calendari dels tallers i poder realitzar consultes en cas de que tinguin dubtes.

El servei ha de ser capaç de permetre introduir nous tallers, retirar-ne, o modificar la informació referent (per si va haver algun error al introduir les dades per primera vegada).

Per altra banda, el servei també ha de poder d'oferir informació sobre esdeveniments privats, shootings, activitats MICE on l'usuari pugui sol·licitar disponibilitat, capacitat i pressupost, i una agenda on es mostrin de manera mensual concerts i showrooms per apropar la cultura coreana al públic.

1.3 Extra

A continuació es presenten tres webs que s'han agafat de referència:

1. <https://www.roc35.com/>

Els punts forts d'aquesta web són un bon disseny d'interfície, fàcil de navegar i buscar informació. El punt feble és que hi ha un carro de la compra però no es pot comprar directament sino que has de seleccionar la disponibilitat, molt pobre, i introduir el teu email on ells t'envien l'informació per poder-ho comprar.

2. <https://www.facebook.com/bcnkimchi/>

Kimchi Mama és un restaurant coreà que imparteix tallers però no disposen ni de pàgina web, tot ho penjen al Facebook. No hi ha un ordre, no disposen d'una imatge corporativa, és complicat poder accedir als tallers,...

3. <https://www.foodieteca.com/>

Els punts forts de la web són un disseny d'interfície intuïtiu, una clara presentació dels seus productes, la compra dels tallers és senzilla i demanar informació dels esdeveniments també. Mentre que els seus punts febles es pot destacar que quan no hi han places disponibles en un taller no queda del tot clar, l'interfície del carro de la compra és millorable i quan es sol·licita informació per un esdeveniment sobre una pàgina externa en comptes de mantenir-se a la mateixa.