

Programar una tienda on-line Virtual

Más de un empresario o gerente de una tienda ha pensado alguna vez que le gustaría poner a disposición sus productos para poder venderlos en Internet. Hoy en día la idea no es nueva ni tampoco original, y aunque en un primer momento a muchos nada más que ven euros acumulándose minuto tras minutos mientras ellos duermen, el tener un comercio electrónico es mucho más.



• Responsabilidad e Imagen

Es correcto pensar que podemos usar el stock y personal que trabajan ya en la tienda u oficina, pero es completamente erróneo pensar que Internet va a funcionar sólo. Muchos empresarios piensan que es tener un catálogo de los productos en una página web y ya está. Al igual que un comercio abierto al público tiene que ser mantenido por personal cualificado y todo aquello que hagamos en él será una viva imagen de cómo llevamos el negocio, una página web con un carrito de la compra es exactamente igual, necesitaremos personal cualificado para mantenerla y será una imagen de nuestro negocio en tienda con la ventaja de que estará disponible las 24 horas.

• Algunas ventajas de tener una TIENDA ON-LINE

- Estaremos vendiendo las 24 horas los 365 días del año.
- Podremos ofrecer todos los productos que queramos sin limitación de espacio.
- Promocionaremos nuestras tiendas físicas, si existen.
- La inversión es mínima frente a abrir una nueva tienda.
- Con conocimientos y paciencia podremos posicionar nuestra tienda virtual en las mejores calles de cualquier ciudad.
- Dejaremos de vender localmente y podremos vender en cualquier región geográfica.
- Aparecerán nuevas oportunidades de venta ya que nuevos proveedores nos podrán encontrar fácilmente.
- En tiempos difíciles o de crisis será como tener unos ingresos extras.

• Algunas... ¿desventajas?

- Deberemos disponer de al menos 1 o 2 profesionales cualificados. Un programador administrador del servidor y una persona encargada del contenido web con altos conocimientos de [posicionamiento](#), campañas Facebook, Twitter, etc.

- Al principio no es importante pero tarde o temprano deberemos de integrar el stock de la tienda con el de la tienda online con el objetivo de informar de la disponibilidad de un producto y de productos descatalogado.
- Tendremos que implantar un sistema de preparación y envío de paquetes que sea rápido y efectivo, controlando en todo momento los costes.
- No debemos olvidar la parte gráfica de la web, obligándonos a disponer de un pequeño estudio para poder hacer nuestras propias fotografías.

• ¿Necesitamos una tienda física o negocio en paralelo?

Como habréis podido apreciar estamos enfocando la tienda on-line desde el punto de vista de aquellos empresarios que quieren dar el salto a Internet. Pero qué pasa con aquellos que sólo quieren vender por Internet sin tener tienda física. No pasa nada, simplemente que los principios serán más difíciles. Algunas principales diferencias son:

- Tendremos que apoyarnos más en publicidad online como por ejemplo campañas en google Adsense.
- La inversión será mayor, stock, personal, publicidad, serán partidas importantes.
- Deberíamos poner una dirección física para poder dar más confianza a los visitantes.

• ¿Qué debe tener un software o programa para la gestión de una tienda en Internet?

Lo primero que debes tener en cuenta es que tu tienda en Internet al igual que los locales o tiendas a pie de calle **nunca dejarás de reformarla**, siempre tendrás que estar **adaptándola** a los nuevos tiempos o **implementando mejoras**. Pero si es importante tener al menos unos puntos claros de lo mínimo que debe poder hacer un gestor de tienda on-line para evitar tener que estar cambiándola al poco de abrirla.

- Estar programada en un lenguaje común y de fácil implantación como PHP y MySql.
- Que su adaptación a nivel CSS y HTML sea también fácil.
- Que permita un crecimiento ilimitado de familia, subfamilia, Subfamilia2, etc
- Que permita combinar que un artículo aparezca en diferentes familias a la vez.
- Que permita incluir fotos y/o vídeos.
- Que permita incluir al artículo otros artículos relacionados.
- Que nos permita descatalogar un producto pero que continúe visualizando en la web informado de producto descatalogado. Esto nos ayudará a incrementar el tráfico web.
- Que permita elegir diferentes formas de pago, transferencia, tarjeta u otros.
- Que permitir definir diferentes formas de envío, controlando los gastos y permitiendo recoger en tienda.
- Que se pueda comprar sin necesidad de registrarse, haciendo la compra fácil y

rápida.

- Que permita ordenar por diferentes opciones como precio, referencia, nombre del producto.

El comercio electrónico, [la venta a través de Internet](#), ofrece numerosas ventajas y constituye una buena oportunidad tanto para empresas que comercializan productos nuevos, específicos para venta online, como para empresas tradicionales que desean abrir **un nuevo canal de comercialización**.



El coste de puesta en marcha de una tienda online es prácticamente despreciable si lo comparamos con la puesta en marcha de una tienda física. Y en el caso de empresas consolidadas, la tienda virtual además aportará imagen de marca.

Una tienda virtual trabaja las **24 horas del día, los 365 días del año**.

Es un **escaparate con alcance global**. Cualquier persona con acceso a Internet puede ser un cliente potencial.

El **éxito de una tienda online** depende de muchos factores. Algunos de ellos similares a los que están relacionados con las tiendas tradicionales y con cualquier canal de venta (calidad del producto, relación calidad / precio, atención al cliente, logística, marca..). Otros factores son inherentes al medio y pueden marcar la diferencia.

1.- El producto que se ofrece a través de la tienda virtual tiene que ser compatible con la operativa de **venta a distancia**.

2.- Es muy importante la imagen (look & feel) de la tienda online. No hace falta impresionar con animaciones y gráficos espectaculares. Pero sí es muy importante ofrecer una **imagen corporativa de seriedad y profesionalidad** para generar confianza.

3.- La tienda virtual tiene que cumplir con los **requisitos legales** en cuanto a protección de datos personales e identificación del propietario. El cliente tiene que saber con qué empresa está tratando. De nuevo con el objetivo de **generar confianza**.

4.- El mercado potencial puede ser muy grande, pero en Internet hay millones de páginas. La tienda tiene que darse a conocer utilizando los medios que sean necesarios, dependiendo del público objetivo, del segmento de mercado al que se quiere acceder.
Plan de marketing.

Teniendo en cuenta la funcionalidad, a continuación se describe brevemente las soluciones que debemos presentar y su alcance concreto:

- **Catálogos**

La aplicación deberá contener la posibilidad de crear tanto las estructuras que definan la

jerarquía del catálogo que va a ser utilizado en la tienda virtual, como la inclusión de los distintos artículos dentro de esta estructura. A su vez, esta jerarquía podrá ser consultada por los usuarios bien navegando por el catálogo o bien realizando búsquedas directas, de forma que puedan seleccionar los artículos necesarios e incluirlos dentro de su cesta de la compra para su posterior pedido.

• **Compra**

La aplicación debe permitir que un usuario, a partir de unos artículos seleccionados del catálogo, pueda realizar el envío de un pedido a la empresa. Este pedido podrá pasar por distintas fases según se encuentre su estado (pendiente, enviado, etc.). El usuario, a su vez, podrá cancelar el pedido en ciertas condiciones o consultar su histórico de compras realizadas a través de la plataforma.

• **Administración de datos**

Deberá existir una sección dentro de la aplicación que permita a usuario con un rol específico de administración, la opción de gestionar la información existente en el sistema. Esta administración deberá incluir:

- Alta, Baja, Modificación de usuarios.
- Alta, Baja, Modificación de categorías en el catálogo
- Alta, Baja, Modificación de artículos en el catálogo

• **Listados de información**

La aplicación deberá permitir a ciertos usuarios de la compañía, la realización de informes. Estos informes estarán principalmente enfocados a los tipos de datos indicados anteriormente, aunque será posibilidad del usuario el seleccionar qué campos quiere mostrar y la ordenación necesaria. Los informes que se incorporarán en una primera versión serán:

- Datos sobre altas/bajas de usuarios en el sistema
- Datos sobre altas/bajas de artículos en el sistema
- Estadísticas de pedidos en el sistema
- Productos más vendidos
- Ventas del mes (Ingresos, etc)

• **Seguridad del sistema**

Debido a la sensibilidad de los datos que se van a utilizar en la herramienta, se han de tomar las siguientes medidas para conservar la seguridad de la información que fluye dentro de ella:

- Acceso restringido a determinados módulos según perfiles que se asocian los usuarios definidos en el sistema. (podemos y deberíamos guardar un Log, para nuestro control)
- Los usuarios, artículos, pedidos... no se eliminan definitivamente. Los usuarios y demás que ya no utilizarán en el sistema obtienen una baja lógica, que evita su acceso sin eliminar la información de la base de datos.
- Solicitud de confirmación antes de completar cualquier acción delicada para el sistema o de carácter irreversible.

• Diseño de pantalla

Un buen diseño de una pantalla es básico para la venta. Navegad y tomad ideas, evitad nada muy enrevesado; algo sencillo pero agradable a la vista, intuitivo y fácil de utilizar. Aplicad lo que empezaréis a ver por fin en el módulo de Diseño de Interfaces Web. Podéis hacer una muy buena programación de un comercio web, pero si el diseño es pobre, el resultado no funciona, no se vende. Y al revés, por supuesto.

En el siguiente enlace se muestran algunas ideas de plantilla de lo que finalmente serán las pantallas por las que los distintos tipos de usuario navegarán para poder realizar cada una de las acciones indicadas anteriormente. No son más que ejemplos, navegad y comprobar la cantidad de páginas mal diseñadas que hay por “ahí”, y también la buenas.

• VAMOS AL GRANO:

OK. Una vez que hemos leído todo esto y hemos echado un vistazo a varias tiendas on-line por la red, vamos a concretar las principales funcionalidades y los diferentes menús que debemos incluir en nuestro trabajo.

Teniendo en cuenta todo lo de arriba, empiezo proponiendo lo siguiente. Leedlo, pensadlo un poco, y en el foro hacemos una puesta en común, y tomamos decisiones entre todos.

En la página principal, aparecerá una cabecera con logotipo o imagen de la empresa, y debajo un menú tipo Inicio, quienes somos, contacto, envío...

Un menú en la zona de la izquierda para navegar por las distintas categorías y subcategorías, las cuales incluirán los artículos de nuestro negocio.

En la zona de la derecha, al menos un formulario para loguearse, o registrarse.

Un típico pie de página con las opciones comunes de información sobre la tienda, negocio, etc.

Zona central y principal, donde ira apareciendo el “meollo” de nuestra página. La idea es en todo momento se vean la cabecera, el pie de página y los menús laterales, y que lo que cambie sea nuestro “centro” de la página.

Cread estas secciones (div) en diferentes archivos, y luego incluidlos todos en el principal con el comando include de PHP. **Recordad el vídeo sobre plantillas en php que hay colgado en la plataforma. Ahí os guía sobre como trabajar de esta manera.** Si hay que hacer algún cambio en un menú, por ejemplo, sólo se ha de hacer una vez. (en un sólo script)

Opciones que pueden aparecer en los Menús:

- Inicio/Home. (página principal)
- próximos artículos, reservar...
- Ofertas
- Outlet
- Quiénes somos (página estática)
- Contacto
- envío: forma de envío, condiciones.... (página estática)
- condiciones generales (página estática)
- políticas de devolución, garantía... (página estática)
- Login/Registrarse

Claro que si un usuario ya se ha logueado, en vez de estas dos últimas entradas de Login/Registrarse, aparecerá el nombre del usuario actualmente conectado, junto a un botón de cerrar sesión o algo así, y claro, opciones que ahora, una vez logueado, están disponibles para él. Mis datos, mis pedidos...etc.

- Artículos (navegación por las distintas categorías, visualizándose los artículos de la categoría seleccionada en el centro de la página, incluyendo por cada artículo: foto, nombre, descripción y precio al menos, con la opción de añadir al carrito)
- En algún sitio aparecerá el carrito, mostrando el número de artículos e importe total del carrito y, si pinchamos en él, podremos editarlo, modificarlo, finalizar compra, vaciarlo, etc. (si el carrito esta vacío, no se podrá acceder a él, ¿tiene sentido poder acceder al carrito si está vacío?)

Los usuarios han de poder comprar sin registrarse. Hay que facilitar que puedan comprar. Y se le pedirán sus datos y que se registre para finalizar la compra. Si ya está registrado, ya tenemos sus datos para futuras operaciones.

Mejora optativa: *podríamos guardar el carrito de los usuarios registrados en nuestra base de datos, aunque no finalicen la compra. Así, cuando se loguee desde cualquier ordenador, tendrá su carrito de la compra preparado, si le interesa. ¿cómo hacemos eso?*

Dispondremos de distintos tipo de usuarios:

- El navegante que simplemente navega por la página sin loguearse. Y puede comprar claro, este es nuestro objetivo principal, vender, y hay que facilitarlo al máximo.
- El cliente registrado, además podrá:
 - Modificar su perfil(nombre, dni, dirección...).
 - Ver/editar sus pedidos (datos del pedido, además del estado de los mismos...etc)
 - Sitio con algo de material extra? Manuales? etc.
 - algo que llame su atención y les haga registrarse...???. siempre interesa.
- El empleado: acceso a mantenimiento de artículos, mantenimiento de categorías, mantenimiento de pedidos. **Recordad que todo mantenimiento incluye altas, bajas y modificaciones.** Los artículos tendrán un precio, si está en oferta o no,

una foto (al menos), descripción.... Algo fundamental es el acceso a los pedidos por parte de los empleados, para poder modificarlo ante cualquier circunstancia, además de ir actualizando su estado. Sobre los pedidos, lo mínimo es que pueda modificar el estado de los mismos. También podrán realizar envíos de mailings a los clientes, con publicidad, felicitación navideña, etc, etc, incluir varias fotos por artículo...¿qué más?

Un superusuario: será el jefe supremo, que podrá hacer todo lo que puede hacer el usuario empleado, más el mantenimiento de empleados. También podrá ver informes del negocio..., lo más vendido, lo menos...ingresos del mes....

¿Qué mostramos en la zona central de la página principal nada más entrar en la web? ¿ofertas?, ¿productos destacados...? (En realidad podemos poner lo que más nos interese vender, “vendiéndolo” como oferta, últimas unidades...o algo así.,Si que es interesante prepararla para que no sea igual todos los días...). Es como nuestro escaparate, y hay que tratarlo como tal.

¿La implementamos en varios Idiomas? ¿Cuántos clientes potenciales queréis?

Acordaos de facilitar una **búsqueda de artículos...**(sencilla y operativa) a través de algún cuadro de búsqueda o algo así, además de la navegación por el menú de categorías y subcategorías de la parte izquierda.

Cuando, por ejemplo, se loguee un empleado, aparecerán opciones de menú que no podía ver el navegante normal. (Por ejemplo el mantenimiento de artículos, categorías, pedidos....)

Cuidado con las bajas de usuarios, artículos, etc.. casi siempre interesa trabajar con **bajas lógicas** para que todo nos cuadre. Es decir, no borrar datos de la base de datos. Necesitamos un historial, y si queremos revisar un pedido de hace un año, ha de aparecer que se vendió, a qué precio, etc, aunque el producto se haya retirado de la venta. Y claro, podemos “borrar” un artículo, pero como en realidad es una baja lógica, **daremos la opción de poder volver a “activarlo”**; lo mismo para clientes (que sería como bloquearlos temporalmente), categorías, etc.

LEEDLO Y PROPONED. ¿ALGO IMPORTANTE QUE FALTE? **HE PUESTO EN ROJO LO QUE PROPONGO COMO OPCIONAL**, PARA APRENDER MÁS, Y DE PASO SUBIR NOTA.

ESTE DOCUMENTO NO ES DEFINITIVO, SEGURO QUE SE ME OLVIDAN COSAS IMPORTANTES, Y NOS SURGIRÁN OTRAS CONFORME TRABAJEMOS. IREMOS MODIFICÁNDOLO CUANDO SE PRESENTE EL CASO, Y MATIZANDO DETALLES CONFORME SE NOS PRESENTEN. ESTO ES EL BOCETO GENERAL.

Sí que es imprescindible que todo lo que se pide este hecho y funcionando en la entrega final del trabajo. Para conexión a la base de datos utilizaremos todos PDO, haciendo consultas preparadas tal como habéis aprendido. Y aunque cada uno decidirá si utilizará más o menos clases, o bien ninguna. Sí que puede ser un buen ejercicio de repaso el utilizar una clase para, por ejemplo, los artículos y, en las consultas sql, un mapeado a nuestra clase al leer los artículos de la BD.

Esta imagen de abajo puede ser una forma aproximada de los diferentes div de vuestra pantalla.

