

Análisis del proyecto

IT ACADEMY – Ejercicio 1 + Ejercicio 2

Introducción al problema	3
Explicación del servicio	3
Estudio de mercado	4
Definición del servicio	6
Map site	8
Wireframe home page	9

Introducción al problema

David tras su paso por Masterchef se plantea qué quiere hacer con su vida. Ha aprendido mucho y ha demostrado sus dotes como cocinero tras quedar en 5º puesto en el programa.

Él hasta ahora ha trabajado como decorador de interiores, nada que ver con la cocina, pero su paso por el programa le ha permitido darse cuenta de que la cocina es su gran pasión y que quiere dedicarse a ello.

Tras pensar mucho al respecto y teniendo muy presente que hacer un cambio laboral con 46 años es difícil, decide perseguir su sueño: **crear su propia escuela de cocina y catas de vino**. David tiene ahorros y una gran casa de campo ubicada en un paraje emblemático en los alrededores de Gijón, su lugar de residencia. En este lugar puede ubicar la academia y puede alojar a los alumnos para poder ofrecer la que es su **ventaja competitiva: experiencia de cocina de fin de semana completo** para parejas, amigos, familias, etc.

La actual situación del Covid le ha hecho plantearse que no sólo puede ofrecer cursos de cocina presencial, tiene que ir más allá y **crear una web** en la que los usuarios puedan, no sólo comprar estos **cursos presenciales**, sino también adquirir **cursos online**.

David sabe mucho de cocina y vinos, pero de informática tiene conocimientos básicos por lo que **necesita que le desarrollemos un ecommerce** que le permita comercializar **sus cursos de cocina y talleres de catas**. Necesita una **web funcional, intuitiva y con un diseño atractivo** que pueda gestionar él mismo o alguien de su equipo.

Explicación del servicio

El servicio que necesita David consiste en una **web donde los usuarios puedan encontrar y comprar cursos de cocina y de cata de vinos**. Puedan buscar **cursos por categorías o ver la oferta formativa en función de los reviews** dados por otros alumnos que ya han realizado los cursos.

Es imprescindible que tenga un **área de cliente** que permita a los usuarios que hayan adquirido **cursos online acceder a los vídeos** y donde **todos los alumnos puedan disponer de las facturas** de sus compras.

Cada curso debe disponer de una **página de producto** en la que el usuario pueda ver la **descripción muy visual del curso**, el **precio**, **botón de comprar** que lleve al usuario al **carrito** donde podrá adquirir el curso, **compartir vía redes sociales**, ver los **reviews de otros alumnos**, y, por último, una sección de **productos relacionados** con ese curso.

David o algún empleado debe poder **incluir de forma sencilla nuevos cursos**, **modificar** existentes **o eliminarlos**.

Estudio de mercado

Los competidores de David son **escuelas de cocina y de catas para amateurs** no sólo de la **zona de Asturias**, al ofrecer cursos online, el abanico de posibilidades crece **pudiendo tener competidores de otras regiones de España**.

En Asturias encontramos como principales competidores:

Umami

Web: <https://umamigijon.com/>

Puntos fuertes	Puntos débiles
<ul style="list-style-type: none"> - Web atractiva visualmente, fotografías muy cuidadas y tipografía elegante. - Tiene ecommerce funcional e intuitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sólo cursos presenciales. - En la home sería interesante encontrar los cursos destacados de gastronomía, sin necesidad de tener que ir a buscarlos a la sección "cocina".

Kokomococina

Web: <https://kokomococina.com/>

Puntos fuertes	Puntos débiles
<ul style="list-style-type: none"> - Tiene ecommerce. - Productos relacionados en cada producto. - Posibilidad de contactar vía Whatsapp en el momento con la empresa mediante botón fijo en la parte inferior izquierda. - Proceso de compra intuitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Web no muy atractiva visualmente. - Menú principal con muchos ítems. - Descripciones de los productos con muchos colores no relacionados con la Marca. - Sólo cursos presenciales. - Home con barra lateral innecesaria que quita espacio para ubicar los cursos.

A nivel nacional, encontramos algunos competidores que ofrecen cursos online como son:

La Patente

Web: <https://la-patente.es/>

Puntos fuertes	Puntos débiles
<ul style="list-style-type: none"> - Web limpia visualmente, atractiva, fotos muy cuidadas. - Web muy usable, buena navegación - Ofrece cursos online. - Tiene ecommerce. - Página de productos con suficiente información (quizá demasiado texto). - Sección productos relacionados dentro de la página de cada producto. - Tiene marcas reconocidas como Partners y se ven en la Home fácilmente. - Tiene clientes muy conocidos BBVA, Pepsi, La Caixa, etc. que genera confianza en los usuarios. - Mucha variedad de cursos: cocina de <i>tupper</i>, cocina con estrellas Michelin, cursos adolescentes, catas de vinos, de cervezas, de cócteles, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se encuentra sección web "sobre nosotros" - No hay una sección para "buscar". - Tiempo de carga web un poco lenta.

Escuela Masterchef

Web: <https://www.escuelamasterchef.com/>

Puntos fuertes	Puntos débiles
<ul style="list-style-type: none"> - Es una escuela que funciona con una suscripción mensual, semestral o anual que permite acceder a todos los cursos por un precio muy asequible. - Web visualmente atractiva e intuitiva, buena navegación. - Mucha iconografía que facilita la comprensión del contenido. - Grandes chefs como profesores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sólo formación online.

Creatives Signatures

Web: <https://creativesignatures.com/>

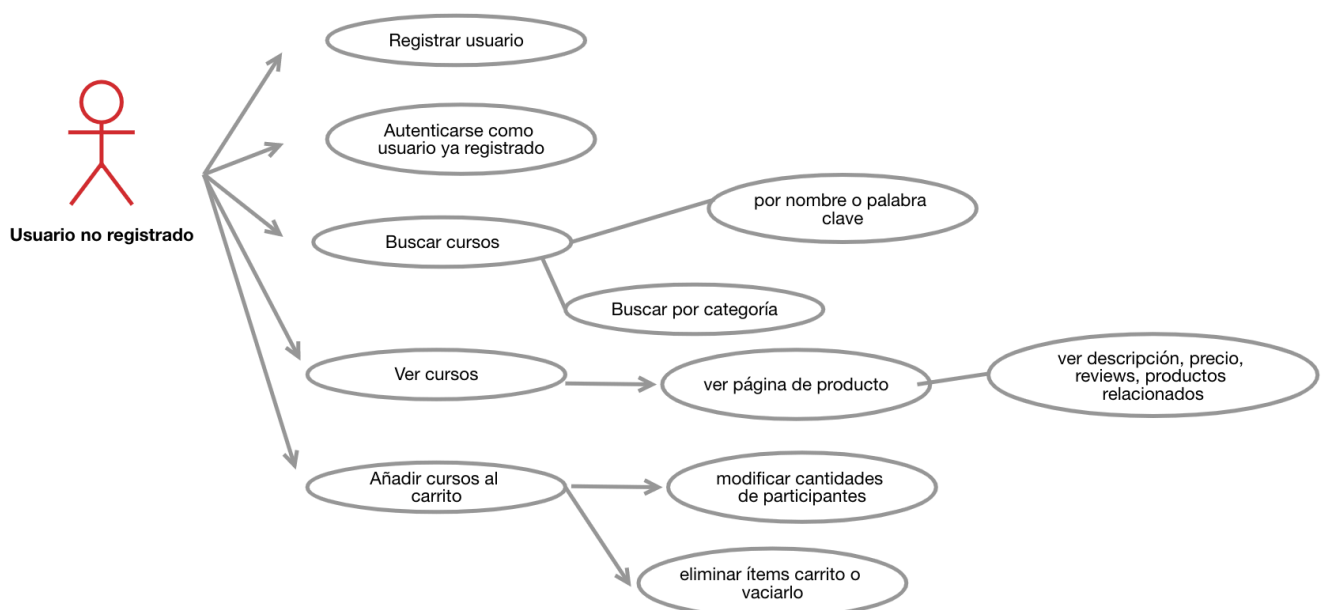
Puntos fuertes	Puntos débiles
<ul style="list-style-type: none"> - Web atractiva visualmente, transmite confianza en el usuario. - Web con correcta usabilidad, funcional. - Todos los cursos son online. - Venden productos y utensilios de cocina además de cursos. - La descripción de cada curso es muy completa, muy visual para ayudar a la comprensión. - Acepta cupones descuento. - Grandes chefs como profesores. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hay una sección para "buscar". - Sólo formación online.

Definición del servicio

Identificamos tres tipos de usuarios en el ecommerce de David:

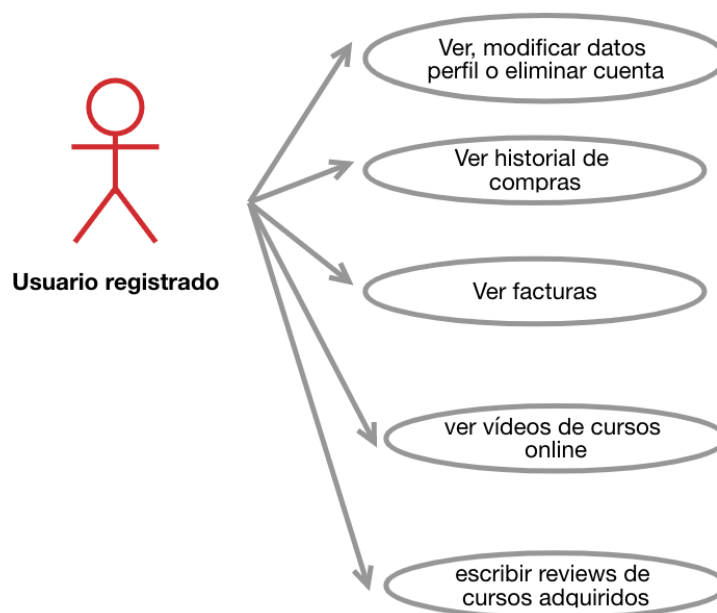
Usuario no registrado

Este usuario es un **visitante que accede a la aplicación web** (usuario básico) y puede **ver los productos, añadirlos al carrito** (para realizar la compra el sistema pide crear usuario), **ver reviews** de otros usuarios, **ver todas las páginas de la web que no requieren autenticarse** como usuario (sobre nosotros, contacto, etc.).



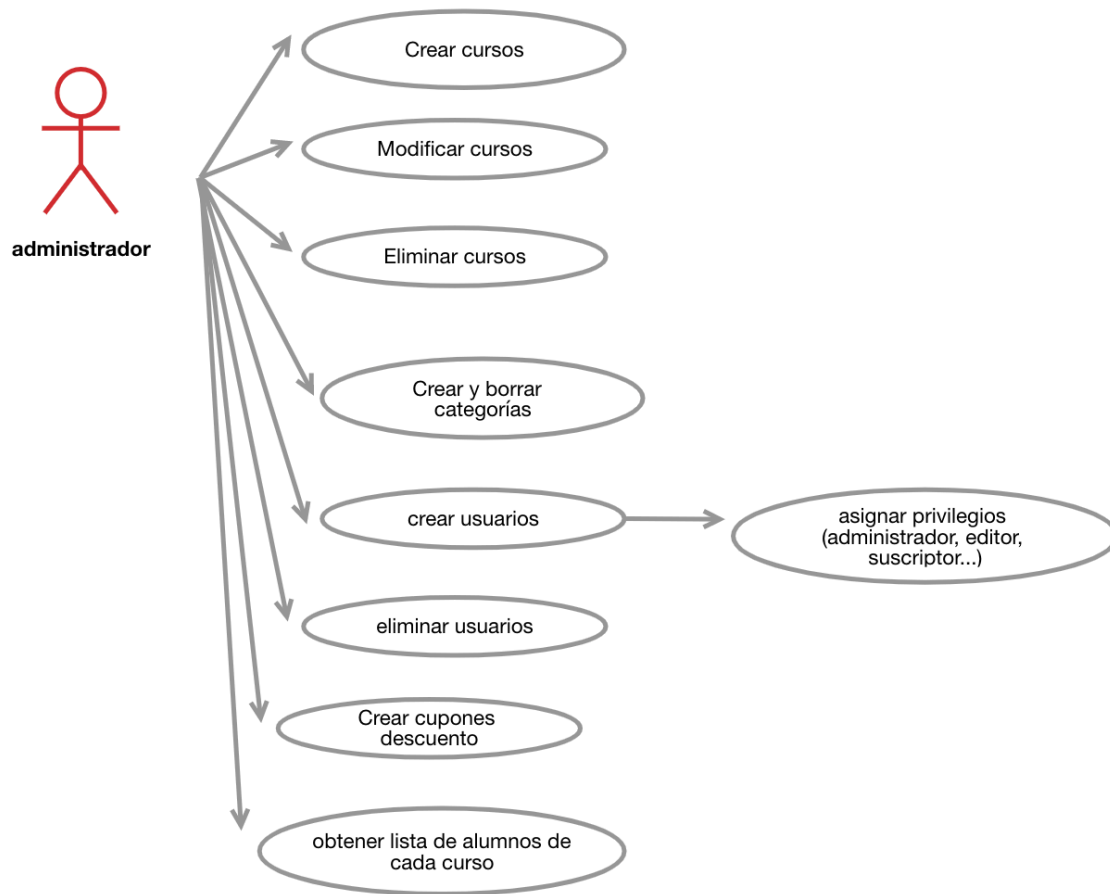
Usuario registrado

Es el perfil de usuario que puede hacer todo lo que hace un usuario básico más las funcionalidades de un usuario autenticado: en su área de cliente puede **ver sus datos de perfil**, su **historial de compras**, sus **facturas**. En caso de ser **cursos online tendrá acceso a los videos** que componen el curso online (acceso ilimitado en el tiempo). Podrá realizar **compras de los productos** que haya añadido al carrito, **escribir reviews** de los productos comprados. El registro de un nuevo usuario se realiza en el momento en el que se realiza la compra solicitando una contraseña.

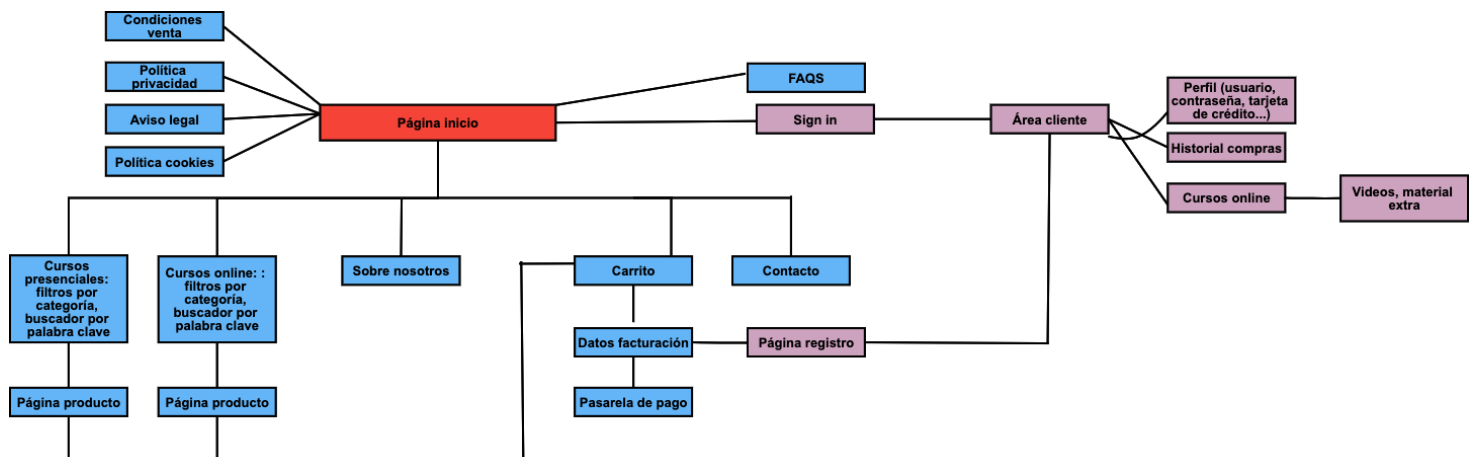


Usuario administrador

Es el perfil de usuario que tendrá David y su equipo, es el gestor web, usuario con máximos privilegios, puede hacer lo mismo que el resto de usuarios más sus funcionalidades: **incorporar nuevos cursos, modificar existentes o eliminarlos**. Además puede **gestionar categorías** de cursos, **etiquetas**, **contactar con los clientes** vía correo electrónico y **obtener la lista de alumnos de cursos presenciales** comprados vía.



Map site



- Páginas relacionada con el área de cliente
- Página principal
- Páginas web

El anterior map site no contempla el área de administración que permite a David y su equipo hacer las acciones como administrador.

Wireframe *home page*

