

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA EN YAXA.CO

NICOLÁS DÍAZ CARDONA

UNIVERSIDAD ECCI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA MERCADEO Y PUBLICIDAD
BOGOTÁ, D.C.
2016

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

**MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA
EN YAXA.CO**

NICOLÁS DÍAZ CARDONA

JORGE HERNANDO SANCHEZ MUNEVAR

**UNIVERSIDAD ECCI
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA MERCADEO Y PUBLICIDAD
BOGOTÁ D.C.
2016**

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

Tabla de contenido

1.	MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA EN YAXA.CO	3
2.	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO	4
2.1.	ÁREAS DE IMPLEMENTACIÓN	4
3.	OBJETIVOS DEL PLAN DE TRABAJO DE LA PASANTIA	4
3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	4
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
4.	JUSTIFICACIÓN DE PORQUE SE NECESITA DESARROLLAR SU PLAN	5
4.1.	ÁREA DE DELIMITACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	5
4.2.	ESTRUCTURAS DE DEPENDENCIA DEL CARGO	5
5.	MARCO DE AREA DE TRABAJO HISTORIA EMPRESARIAL	5
5.1.	MARCO CONCEPTUAL ORDEN DEL DESARROLLO DEL PUESTO	6
5.2.	MARCO LEGAL QUE NORMAS LO COBIJAN	6
6.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.....	6
6.1.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS.....	6
6.2.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ASIGNADAS POR EL JEFE DE ÀREA.....	7
7.	LOGROS DE LAS ACTIVIDADES ALCANZADAS	7
7.1	ANEXOS DE LOS DOCUMENTOS LOGRADOS EN LAS ACTIVIDADES ALCANZADAS	7
8.	REFERENTES EN CASO DE EXISTIR	8

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

1. MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA EN YAXA.CO

2. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.

Recuerde aquí que las pasantías serán de 450 horas demostrables para Tecnologías y 900 horas para profesionales.

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

- *El puesto de trabajo ya existía*
- *Se tiene un manual de funciones el cual indica las fechas y redes en las cuales se debe realizar la publicación y dependiendo de las actividades que se tengan.*
- *Dependo del equipo de marketing para poder identificar las estrategias que se realizarán durante los diferentes meses, también dependo del departamento de diseño, ya que ellos crean los diferentes posters y la diferente publicidad que será publicada en cada una de las redes sociales.*
- *Esta empieza con el CEO de la empresa, continua la Gerente de Marketing y así da paso al Coordinador de CEY que es a quien se le brinda respuesta inmediata.*

2.2. NOMBRE DEL ÁREA DE IMPLEMENTACIÓN

- *Community Mannager*
- *CEY*
- *CEY: Este es el departamento de servicio al cliente, aquí se brinda asesoría, se realizan ventas y control de calidad dela experiencia del cliente.*

3. OBJETIVOS DE LA PASANTIA

3.1. OBJETIVO GENERAL

Se desea saber porque los clientes no realizan compras por la web, saber porque prefieren comprar en tienda física, que genera temor para que no realicen las compras por este canal.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se pretende cambiar la percepción del comprador, mejorar la experiencia de compra para el cliente que ya ha comprado por la web, generar una nueva costumbre para que todas las personas realicen compras en internet.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

4. JUSTIFICACIÓN Y DEL PORQUE SE NECESITA DESARROLLAR SU PLAN

4.1. JUSTIFICACIÓN

Lo escogí este plan ya que estando en constante contacto con los clientes, evidencie que ellos temen realizar compras en líneas por múltiples razones. Teniendo en cuenta que ya llevo 3 años en el mercado digital pude tener un mayor tiempo para evidenciar las problemáticas que este genera, por tal razón los logros que espero tener mediante este plan es generar confianza en cada cliente que genere compras por la web, y de esta forma que todas las personas que gustan de hacer compras en tiendas físicas gusten de hacer compras por medio de las diferentes página de su elección.

4.2. DELIMITACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Yo dependo del coordinador de CEY el cual brinda el aval para poder publicar y brindar la respuesta correcta e idónea a cada cliente, mi puesto a su vez depende del coordinador de CEY quien es el que ve la necesidad de tener dicho cargo o no según variables como ventas o satisfacción del público, así mismo el Gerente de Marketing es quien promueve, decide y mejora comercialmente el movimiento de las redes sociales de la compañía. Al ser una empresa de E-commerce está sujeta a encontrar mayores desafíos que los de una tienda tradicional.

Las limitaciones que aquí se han encontrado han sido por variables como:

- 1. Tiempo: El no desarrollar los planes de trabajo, adecuación de la página y demás con semanas o meses de anticipación, causa que nos veamos como una empresa la cual no tiene organización.*
- 2. Recursos: El mejoramiento de las herramientas es básico y fundamental para mantener y mejorar este tipo de empresas, pues aquí todo parte con base a la tecnología y si no se tiene lo mejor no nos veremos cómo lo mejor. De igual forma con el personal, sabes cuándo se requiere cuando se generan muchos tropiezos e inconvenientes de respuesta a cada cliente, y esto conlleva a que se salga de las manos la gestión adecuada de respuesta.*

5. MARCO HISTORICO EMPRESARIAL

5.1. MARCO HISTORICO CONCEPTUAL ORDEN DEL DESARROLLO DEL PUESTO

- La empresa es predecesora de Juguetes 1ª que también era una empresa de E-commerce dedicada a ventas en internet, es Colombiana y esta situada en buenos lugares del comercio electrónico en Colombia.*
- Se encuentra ubicada en la Kr 5 # 86-41*
- País de origen: Colombia*
- Ciudad de origen: Bogotá*
- 4 Años de fundada*
- Yaxa.co nace de juguetes 1ª la cual también era empresa de e-commerce dedicada solo a juguetería infantil, pero al encontrar que el mercado solicitó más y más producto se decide ampliar el negocio para importar más productos y así nace su predecesora YAXA.CO*
El puesto de trabajo ya existía al llegar, con una buena creatividad para realizar las diferentes publicaciones en las redes sociales.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

5.2. MARCO LEGAL QUE NORMAS LO COBIJAN CONCEPTUAL

- *El MINTIC es quien regula las leyes del comercio electrónico.*
- *El sector en el que operamos es el de comercio electrónico.*
- *Desde el año 2012 se encuentra en operación.*

6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES.

a. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ASIGNADAS POR EL JEFE DE ÀREA

- *Verificación mensajes Facebook, mensajes twitter, publicación de eventos, recuperación clientes.*
- *Es primordial primero responder a los clientes que no han obtenido una buena experiencia de compra, para así poder traer clientes nuevos y tener una buena calificación por parte de clientes nuevos y antiguos.*
- *Yo creo el cronograma a gusto según la prioridad o el flujo que pueda obtener de cada canal, pues en el caso de nosotros Facebook tiene mayor afluencia en comparación con twitter*
- *Un documento el cual tiene un planteamiento del problema principal de la compañía, que a su vez tiene la solución efectiva y práctica para resolver el mismo.*

7. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS

Como implemento los conocimientos teóricos

- *Respuesta de forma inmediata a los clientes de las diferentes redes, calidad, servicio, y generación de experiencias únicas para cada cliente.*
- *Amplia, para poder establecerlo como base para las personas que sigan el cargo y busquen ampliar la calidad y el servicio que se brinda en la empresa.*
- *Alto, eficaz y simple, fácil de entender para cada lector de la empresa*
- *Cada día lo más importante es innovar con cada una de las experiencias que se le brinda a cada cliente de forma individual.*
- *Ampliar e innovar el negocio con ideas creativas, las cuales permitan tener una mayor interacción con el cliente para que se sienta a gusto de ser atendido*
- *Mediciones de cada una de las publicaciones, creatividad en las mismas, y respuestas ágiles y efectivas para cada cliente.*

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

8. LOGROS EFECTIVAMENTE ELABORADOS

El avance que pudo tener la compañía fue evidente, en promedio normalmente por medio de nuestra plataforma se realizaban 21 ventas las cuales sumaban el valor diario de 1`000.000 a 2`000.000 entre todas, gracias a la gestión validando la calidad del servicio otorgada al cliente las ventas incrementaron a 25 por día teniendo así un margen de venta diario de 8`500.000 a 12`500.000 promedio.

La ejecución de un plan en donde la prioridad la tenía que tener el cliente y no la compañía fue efectiva, la labor se debía realizar en conjunto con varios departamentos para la elaboración de un solo proyecto el cual beneficiara a todos los departamentos por igual.

9. FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

La fuente principal para la obtención de la información del proyecto se da mediante 3 tipos en específico: Llamadas, Redes Sociales y Chat con el cliente.

9.1 FUENTES PRIMARIAS

En las mencionadas anteriormente podemos cuantificar la información y obtener un margen; como ejemplo podemos tomar lo siguiente: en un flujo regular de llamadas al día se podían obtener 200 interacciones con el cliente, de las cuales un porcentaje del 30% (60 llamadas) eran para presentar “petición, queja o reclamo”, si discriminamos cada fuente y a cada una de ellas en respuestas negativas, podíamos tener la interacción directa con el cliente iniciando desde el CEO conjunto con los demás departamentos.

Se anexan documentos de prueba del plan de mejoramiento.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

PLAN DE MEJORAMIENTO SERVICIO AL CLIENTE

La presente es para mostrar el plan de mejoramiento y experiencia de cada uno de nuestros clientes en nuestra página web.

1. Identificar cuales son los problemas que se presentan regularmente con cada uno de nuestros clientes.
2. Verificar si cada uno de estos se debe a desconfianza o a otro concepto por parte de la empresa.
3. Validar los tipos de solución para cada uno de nuestros clientes:
 - Cupones de bonificación por las molestias generadas
 - Saludo por parte de los lideres de cada departamento presentando excusas.
 - Postear en redes sociales a cada uno de nuestros clientes.
 - Entrega del artículo en tiempo record no superior a 3 días hábiles.

Con cada uno de estos puntos podremos validar crecimiento de ventas y satisfacción de los clientes al momento de generar la compra.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

VENTAS SEPTIEMBRE 2 (VIERNES)

MANUEL ESQUEA	COP \$97.309,20
Juan David Garay	COP \$217.465,20
alejandra pinzon	COP \$299.898,00
Ricardo Montt	COP \$241.163,40
Mauricio Vergara	COP \$71.965,20
CARLOS EDUARDO ESPINO PINEDA	COP \$101.900,00
ROBERT MAURICIO GUTIERREZ HERRERA	COP \$47.196,00
Edgar Roa	COP \$135.373,20
Lidis Garay	COP \$11.823,00
Liliana Marcela Carrero Caicedo	COP \$47.395,20
Manuel Garrido	COP \$95.074,80
CAROLINA DE LOS RIOS MEJIA	COP \$225.067,20
DIEGO MARTINEZ	COP \$55.876,80
Jason Jimenez Vargas	COP \$230.711,40
Sofia Vitta	COP \$65.616,00
Lucy Elena Henriquez Luque	COP \$71.856,00
ERIKA LIZETTE URREGO CORTES	COP \$256.898,40
Patrick Campbell	COP \$13.002,52
Aida Fandino	COP \$75.823,80
Martha Gomez	COP \$85.900,00
Andres Mateus	COP \$57.535,20

SIN PLAN DE MEJORAMIENTO

- ❖ PROMEDIO VENTA DIARIA \$ 120.000
- ❖ TOTAL DÍA \$ 2`500.000

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

VENTAS NOVIEMBRE 1 (MARTES)

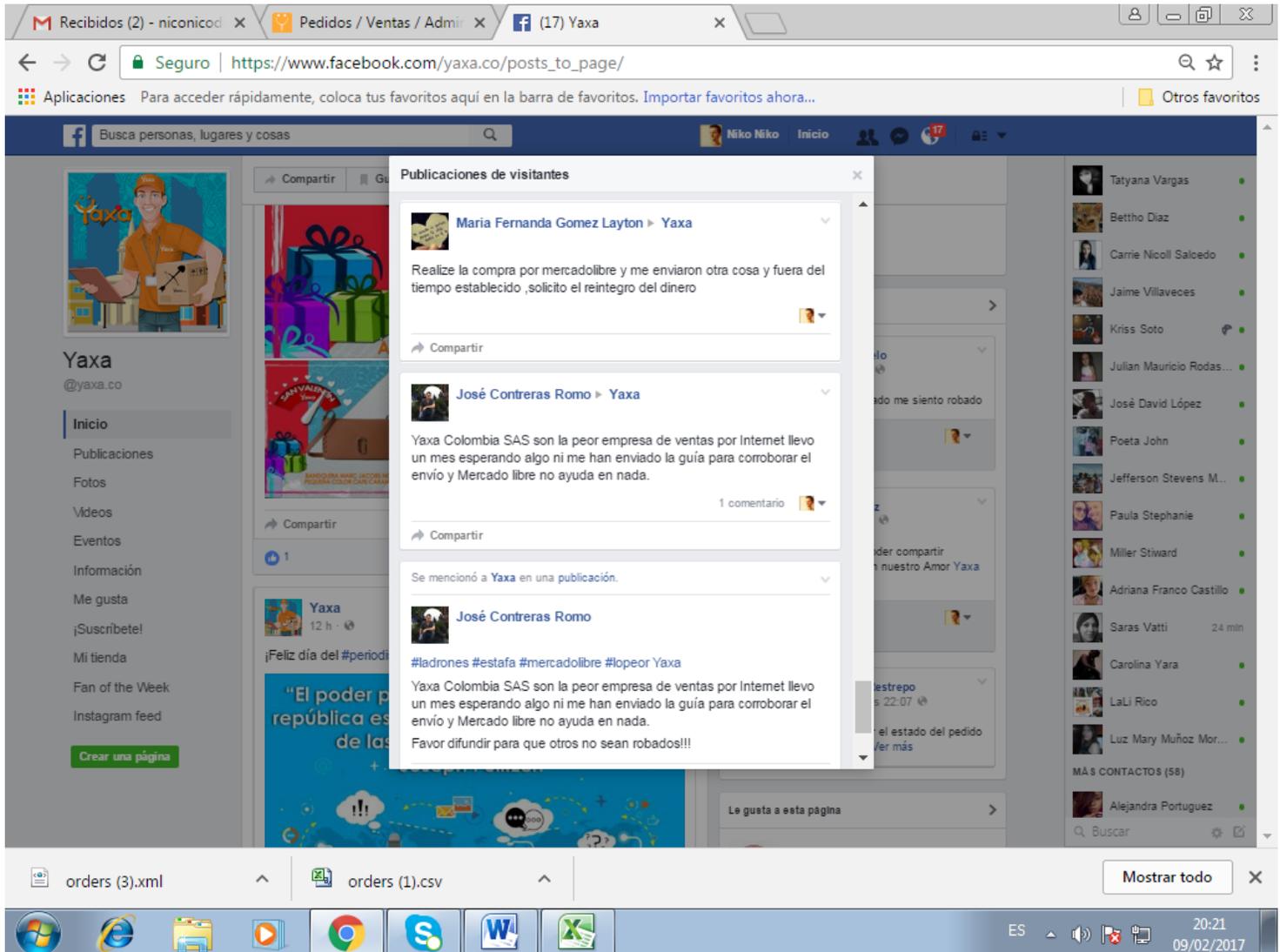
Isabel Silva Ferro	1.807.002
Davison Ardila	98.371
Sergio LÃ³pez RodrÃ©guez	109.177
Tatiana Garcia	316.164
Daniel Raul Trujillo MÃ¡rquez	3.709.088
Ruben Pineda	394.786
Alexandra Chamorro	137.395
Edwar Jacinto	48.709
MILENA LEON	241.767
Javier ortiz navarro	77.929
Victor Yepes	204.799
Claudia NiÃ±o	140.983
Eliecer Martinez Guzman	129.761
WALTER SARRIA	27.920
Norman Ramiro Vargas Arguello	196.591
ariel Salazar	21.385
Viviana Guti	113.072
JOSE BASILIO GUTIERREZ HERNANDEZ	355.217
Jorge Luis Ovidio Posada Bohorquez	122.693
Alfredo Londono	111.796
cristian martinez	126.084
DAIRO JIMMY ALVARADO NIÃO	607.300
Omar PeÃ±a	381.327
Carmenza Duarte	124.041
Felipe Oyuela	1.807.002

CON PLAN DE MEJORAMIENTO

- ❖ PROMEDIO VENTA DIARIA \$ 350.000
- ❖ TOTAL DÌA \$ 11`500.000

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

CRITERIO SIN PLAN CLIENTES REDES SOCIALES



The screenshot shows a web browser window displaying the Facebook page for 'Yaxa'. A popup window titled 'Publicaciones de visitantes' is open, showing three posts from visitors:

- Maria Fernanda Gomez Layton** (Yaxa): "Realize la compra por mercadolibre y me enviaron otra cosa y fuera del tiempo establecido ,solicito el reintegro del dinero"
- José Contreras Romo** (Yaxa): "Yaxa Colombia SAS son la peor empresa de ventas por Internet llevo un mes esperando algo ni me han enviado la guía para corroborar el envío y Mercado libre no ayuda en nada. 1 comentario"
- José Contreras Romo**: "#ladrones #estafa #mercadolibre #lopeor Yaxa Yaxa Colombia SAS son la peor empresa de ventas por Internet llevo un mes esperando algo ni me han enviado la guía para corroborar el envío y Mercado libre no ayuda en nada. Favor difundir para que otros no sean robados!!!"

The background shows the Yaxa Facebook page with a search bar, navigation menu, and a list of friends on the right. The Windows taskbar at the bottom shows several open applications including a browser, Word, and Excel, along with the system clock showing 20:21 on 09/02/2017.

	GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PASANTÍAS PROYECCIÓN SOCIAL		Código: 34775 Versión:01
	Proceso: Investigación	Fecha de emisión: 30-Nov-2016	Fecha de versión: 28-Nov-2016

CRITERIO SIN PLAN CLIENTES REDES SOCIALES



The screenshot shows a web browser window with the following elements:

- Browser Tabs:** Recibidos (2) - niconicod, Pedidos / Ventas / Admin, (17) Yaxa.
- Address Bar:** Seguro | https://www.facebook.com/yaxa.co/posts_to_page/
- Facebook Page:** Yaxa (@yaxa.co). The page features a navigation menu on the left with options like Inicio, Publicaciones, Fotos, Vídeos, Eventos, Información, Me gusta, ¡Suscríbete!, Mi tienda, Fan of the Week, and Instagram feed. A 'Crear una página' button is also visible.
- Modal Window:** Titled 'Publicaciones de visitantes', it displays three testimonials from customers:
 - Alejandro Morales Ramírez:** "Debo decir que los empleados de Yaxa me han tratado muy bien, aclararon mis dudas y solucionaron mi requerimiento de manera oportuna. Si bien es cierto que la comunicación se toma difícil, esto se debe al gran volumen de productos, clientes y solicitudes que manejan. No por nada fueron vendedores revelación en 2015. Confío en Yaxa y en su capacidad, y LOS RECOMIENDO."
 - Carlos Lesmes:** "Me gusta comprar en Yaxa son muy cumplidos con los pedidos y los productos muy buenos excelente experiencia"
 - Sonia Cardona Visbal:** "Muy satisfecha con el servicio post venta brindado por Yaxa, se ve que es una empresa que se preocupa por la satisfacción de sus clientes."
- Taskbar:** Shows open files 'orders (3).xml' and 'orders (1).csv', and a system tray with the date '09/02/2017' and time '20:23'.