

RETO CÁTEDRA MERKLE PARA FP

RETO ECOMMERCE MERKLE ESPAÑA

Construir una tienda *online* con carrito de la compra en entorno web o app para la venta de productos de *merchandising* de la marca Merkle.

Así como implementar medición digital al nuevo sitio de Merkle.



OBJETIVOS

Este reto se enmarca en las actividades de la **Cátedra Merkle de Ciencia de Datos y Marketing**, creada por **Merkle** y la **Universidad de Oviedo** en **2021** para, entre otras finalidades, difundir y poner en valor las aportaciones de la **Ciencia de Datos** para mejorar la capacidad competitiva de nuestra economía y contribuir a la transformación digital de la sociedad.

Con esta iniciativa orientada a los estudiantes de FP, queremos dar a conocer el potencial de esta disciplina y sus importantes salidas laborales mediante un proyecto de colaboración entre centros formativos y empresa.

BLOQUE 1

A continuación, pasamos a explicar las funcionalidades básicas que debe tener la plataforma de venta *online* así como aquellas avanzadas que dotan de valor a la solución.

El visitante de Merkle *online* demanda capacidad para:

- Obtener información sobre el producto/servicio y sobre la empresa.
- Buscar, encontrar, evaluar y comparar productos/servicios.
- Seleccionar productos/servicios.
- Hacer compras.
- Pagar por el pedido.
- Obtener información sobre el estado en el que se encuentra su pedido.
- Obtener ayuda pre y post compra.

El visitante valora que la navegación y la operativa de la plataforma sean fáciles e intuitivas.



FUNCIONALIDADES DEL *FRONTEND* DE LA TIENDA MERKLE:

Visualización de la tienda: Debe ser elegante, usable, personalizada (mostrando productos vistos recientemente o los más vistos o recomendados en función del historial del visitante) y si es en entorno web contar con un diseño *responsive*. Nunca hay que olvidar que es lo primero que ve el cliente y por tanto debe ser atractiva si queremos generar ventas.

Banners en la *Home*: Debe haber un espacio reservado en la página de inicio para incluir ahí los productos destacados del catálogo que podrían ir rotando.

Presentación del catálogo: Se debe permitir el acceso al cliente a aquellas secciones o departamentos de la tienda que más le interesen, además debe ser intuitivo. Su complejidad depende de la complejidad del catálogo de la tienda.

Presentación de productos: Se debe proporcionar al cliente información sobre el producto a través de una interfaz web amigable. Puede contener las especificaciones detalladas del producto, imágenes, publicidad, presentaciones, valoraciones y opiniones de otros compradores, precio, gastos de envío aplicables, disponibilidad... Además esta se debe mostrar en el idioma del visitante y en una vista acorde para el tipo de cliente.

Buscador: Se debe poner a disposición del cliente un buscador que permita localizar en el catálogo los productos que le interese, además en función de la complejidad del catálogo, el buscador deberá tener filtros para refinar las búsquedas.

Cesta o carrito de la compra: Se debe permitir al cliente la visita y recorrido por la tienda introduciendo productos en el carro, informándole en cada momento del precio de cada producto y por supuesto del precio final en la caja (incluyendo los gastos de envío). El carrito de la compra debe ser atractivo, eficiente, visible, rápido y sencillo de manejar para los potenciales clientes.



Posibilidad de compartir (RRSS): Se debe permitir compartir en las principales redes sociales los productos o transacciones realizadas en la tienda o incluso compartirlo por correo electrónico.

Realización de pedidos: Se debe proporcionar al cliente un mecanismo para pedir los productos que desee. Cada pedido consistirá en uno o varios productos (referencia y descripción), junto con la cantidad pedida de cada uno. La realización de un pedido implicará el registro del cliente con un proceso que debe ser rápido, generalmente a través de la entrada de datos por medio de formularios sencillos (sin pedir más datos de los estrictamente necesarios) o la identificación del cliente si este ya ha comprado antes en la tienda, solicitándole la confirmación o rectificación de los datos que ya se tengan de él. Será interesante el almacenamiento y registro de esta información.

Realización de pagos: Se debe permitir al cliente emplear las formas de pago más populares, garantizando fiabilidad y seguridad. Algunas opciones de pago frecuentes son tarjeta de crédito o débito, Paypal, COD...

Seguimiento del pedido: El usuario deberá tener acceso a un área privada desde donde pueda dar seguimiento, editar sus datos personales, consultar el historial de compras y estar informado del estado en el que se encuentran sus pedidos pendientes de recibir.

Suscripción a la *newsletter*. El visitante debe poder dejar su dirección de correo electrónico si desea recibir periódicamente un boletín de noticias de la tienda online.

Atención al cliente: Se debe proporcionar asistencia al cliente que tenga problemas o cuestiones relacionadas con la tienda, o los productos. Suele estar asociado a FAQs, email de contacto o adicionalmente a un chatbot.

BLOQUE 2

Con el objetivo de analizar y dar seguimiento a cómo interactúan los visitantes con nuestra página web, debemos insertar la huella de Google Analytics en el *eCommerce*.

Se espera que el alumno pueda facilitar algunos datos relevantes observando el comportamiento de los usuarios en la web/app, por ejemplo: cuántos la visitan, desde qué lugares y canales acceden (redes sociales, Google, tráfico directo...), cuánto tiempo pasan en ella y cuántas páginas visualizan.

Nos comprometemos a impartir una sesión formativa a los centros que asuman el reto para que sean capaces de abordar la parte de medición digital.

INSCRIPCIÓN Y PLAZOS



Plazo de inscripción: **del 26 de septiembre al 7 de octubre de 2022**

Plazo límite para la resolución del reto: Se consensuará con los centros que acepten el reto en función de su disponibilidad.

Para inscribirse será necesario enviar un email a reto.catedramerkle@merkleinc.com con los siguientes datos: nombre del centro participante, nombre del tutor, correo y teléfono de contacto, número de alumnos que participan en el mismo.

¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

Todos los centros de Formación Profesional de Asturias, especialmente los de Informática. Cada centro, en función del número de alumnos participantes, podrá organizarlos en grupos que den diferentes soluciones al mismo reto.

RESOLUCIÓN DE DUDAS

Se podrán enviar al correo reto.catedramerkle@merkleinc.com

PREMIOS



El jurado estará formado por personal de Merkle España y los directores de la Cátedra Merkle. Los miembros del equipo ganador recibirán un *gadget* tecnológico y diplomas acreditativos. Además, se concertará con ellos una visita a las oficinas de Merkle España en Gijón.

La inscripción en este reto implica la aceptación de sus bases.

A woman and a man are sitting at a table in a library, looking at a tablet together. The woman is on the left, wearing a striped shirt, and the man is on the right, wearing glasses and a polo shirt. They are both smiling and appear to be engaged in a collaborative activity. The background shows bookshelves filled with books.

MERKLE

A stylized logo icon consisting of several white dots connected by thin white lines, forming a network or geometric shape.

Cátedra MERKLE de
Ciencia de Datos y Marketing

www.merkle.com/es/es/reto-catedra-merkle