

Grupo G

Comercio electrónico avanzado

| | Problemática y posibles soluciones | Patrones asociados | Técnicas |
|-----------------------------|---|---|-----------------|
| Características de producto | <ul style="list-style-type: none"> - Los usuarios encuentran valor añadido a tener productos recomendados y sobretodo si son personalmente recomendados - Mostrar las características de estos productos también - Proporcionar diferentes tipos de recomendaciones (www.bn.com) con sus respectivas características - Se debe ofrecer la oportunidad de explorar | Comercio electrónico Todos los de este grupo | |
| ¿Interesado en? | | Proporcionar las siguientes herramientas | |
| todo/lo mejor | Un tipo de producto | Páginas por categorías, módulo de búsqueda de productos | |
| | Una marca | Páginas por categorías de marcas | |
| | Cualquier cosa | Módulo de búsqueda | |
| | Cualquier cosa en rebajas | Páginas de categorías ‘en rebajas’ | |
| | Alguna novedad | Páginas de categorías de novedades | |
| | Algo para un amigo | Buscador de regalos en un proceso encauzado y con posibilidad de envolver para regalo | |

Patrones de diseño de sistemas web - IDSW

| Posibilidad de clasificar por precios en caso de que se busquen opciones económicas en todos los apartados | | | |
|---|--|---|--|
| <p>Venta cruzada y venta hacia arriba (up-selling)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - La venta cruzada promociona accesorios o complementos al producto escogido (<i>ej: añadir baterías a un juguete</i>) - La venta hacia arriba proporciona un producto con más prestaciones y a menudo más caro que el escogido - Para poder crear relaciones de forma automática se recomienda: <ul style="list-style-type: none"> o Agrupar todos los productos que los clientes compraron con el actual producto o Ordenar los productos por cuantas veces han sido comprados juntos - Separar y minimizar la pantalla del estado real de los productos y los productos relacionados - Proporcionar detalles claros de los nuevos productos - Permitir la rápida compra de los productos relacionados - Vender productos durante la validación | <p>Comercio electrónico Validación de flujo rápido</p> | <p>Evitar que el usuario utilice la tecla de atrás</p> |
| <p>Recomendaciones personalizadas</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Evitar utilizar únicamente datos inferidos de carácter estático - Debe ser fácil para los usuarios elegir sus productos favoritos, para ello es mejor utilizar tecnologías como Ajax, que les permita que se autorellenen campos por | <p>Detalles claros del producto Validación de flujo rápido Comercio electrónico Internacionalización del contenido Fácil devolución Venta cruzada</p> | |

Patrones de diseño de sistemas web - IDSW

| | | | |
|---------------------------------|---|--|--|
| | <p>ejemplo o bien que se pueda dar una valoración als productos (estrellas)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fomentar que los usuarios escriban sus necesidades - El encauzamiento del proceso permite ejecutar secuencias al usuario que le evitan perderse - www.landsend.com - Proporcionar diferentes niveles de recomendaciones para ello, se debe tener una base de datos de los productos valorados por los clientes además de las valoraciones de los actuales productos que acaba de comprar - Para poder escoger el mejor producto se utilizan valoraciones de expertos y la oportunidad de que el usuario puede especificar muy bien que es lo que desea. - Proporcionar realimentación sobre el porqué se hizo una recomendación - Realizar múltiples y repetidas recomendaciones - Cuidar el tema de la privacidad y la seguridad cuando se piden nuevos datos | <p>Alta visibilidad de los botones de acción</p> <p>Venta hacia arriba (Up-selling)</p> | |
| Recomendaciones en la comunidad | <ul style="list-style-type: none"> - Ayudar a los usuarios a realizar comentarios de calidad pautando y guiando en un cauce los diferentes pasos - Proporcionar políticas de uso (www.amazon.com) | <p>Comercio electrónico</p> <p>Jerarquía unificada de navegación</p> <p>Encauzamiento de procesos</p> <p>Buenas prácticas de la información</p> <p>Detalles de producto claros</p> | |

Patrones de diseño de sistemas web - IDSW

| | | | |
|--------------------|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Utilización de meta-valoraciones, un método para valorar las valoraciones ya realizadas por los usuarios (www.amazon.com , www.ebay.com utiliza la escala -1,0 y 1) - Premiar los buenos comentarios - Los usuarios deben sentirse involucrados en el propio desarrollo de la comunidad - Tienen que ser capaces de poder revisar el escrito realizado | <p>Botones de acción Tableros de mensaje</p> | |
| Destinos múltiples | <ul style="list-style-type: none"> - www.walmart.com permite escoger diferentes direcciones además de editarlas y mostrar un resumen de cada una de ellas - Permitir que los usuarios puedan escoger las direcciones de sus listas de contactos. (Guardar siempre las direcciones de envíos anteriores) | <p>Carrito de la compra Selección rápida de la dirección</p> | |
| Dar un regalo | <ul style="list-style-type: none"> - www.marthastewart.com ofrece la posibilidad de envolver el regalo además de personalizarlo con un mensaje - Se debe cuidar que los pedidos que son regalados no contengan información sensible como el precio - Debe ofrecerse la oportunidad de editar y personalizar las notas que se van a incluir en el regalo (www.walmart.com) - Resume y confirma el pedido. Si hay gastos por envolver el regalo es necesario hacerlo constar. - Proponer ideas de regalos | <p>Validación de flujo rápido Comercio electrónico</p> | |

Patrones de diseño de sistemas web - IDSW

| | | | |
|---------------------------------|--|---|--|
| | (www.amazon.com) | | |
| Registro del pedido e histórico | <ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar acceso a los pedidos - Deben contener necesariamente: <ul style="list-style-type: none"> o Los envíos pendientes o Los envíos que se han enviado recientemente o Los envíos que han sido recibidos - Utilizar una organización cronológica para ordenar los pedidos - Permitir las modificaciones en todo momento del pedido - Si el producto no está en almacén o se retrasa avisar por correo electrónico al usuario, ejecutar la misma acción si el pedido ha sido enviado - El registro del pedido tiene que tener en cuenta eventos como que el usuario pueda cambiar de horas en las que lo quiere recibir , para ello debe haber un enlace a la agencia de envío del mismo. | <p>Comercio electrónico Validación de flujo rápido Confirmación de pedido y página de agradecimiento Botones de acción Múltiples destinos Detalles del producto claros Carrito de la compra Organización cronológica Registro Dar regalo</p> | |