

ACTIVIDADES CLAVE

Producción de la aplicación:

Diseño de la aplicación.

Empezaremos desde cero, diseñando la aplicación primero para el teléfono móvil adaptándolo con sentido, en relación con la pantalla del teléfono y su forma de interacción.

Al tener el móvil como punto de partida, nos concentramos en lo más esencial de la aplicación y enfocarnos solo en lo que tiene sentido para este dispositivo.

Todos los dispositivos son distintos y en el momento de adaptar nuestro diseño hay que tener en cuenta las características de cada uno.

Proceso de diseño.

1. Conceptualización.

Es la idea de la aplicación, que tiene en cuenta las necesidades y problemas de los usuarios. Haremos una investigación preliminar y la comprobación de la viabilidad del concepto.

2. Definición.

Describiremos con detalle a los usuarios para quienes se diseñará la aplicación. También asentaremos las bases de la funcionalidad, lo cual determinará el alcance del proyecto y la complejidad de diseño y su programación.

3. Diseño.

Llevaremos a un plano tangible los conceptos y definiciones anteriores, primero en forma de "wireframes" (boceto donde se representa visualmente, de una forma muy sencilla y esquemática la estructura de una página web), después, en un diseño visual acabado que será provisto al desarrollador, en forma de archivos separados y pantallas modelo, para la programación del código.

4. Desarrollo.

El programador dará vida a los diseños y creará una estructura sobre la cual se apoyará el funcionamiento de la aplicación. Una vez haya una versión inicial, dedicará gran parte del tiempo a corregir errores de función para asegurar que la aplicación se desempeñe bien y la preparará para que las tiendas la aprueben.

5. Publicación.

La pondremos a disposición de los usuarios.

Después realizaremos un seguimiento a través de analíticas, estadísticas y comentarios de usuarios, para evaluar el comportamiento y desempeño de la aplicación, corregiremos errores, haremos mejoras y la actualizaremos en futuras versiones.

Buen relacionamiento con los clientes:

Adelantarse a los problemas.

Construiremos una relación leal y a largo plazo que necesitará una comunicación constante. Construiremos mecanismos de comunicación que permitan conocer la opinión de los consumidores para poder mejorar.

Anticipar clientes futuros y recurrentes.

Aplicar herramientas basadas en la relación con los clientes (CRM)

Ayudan a reunir información de los clientes.

- Seguimiento de si el mercado tiene éxito.
- Seguimiento de las relaciones con nuestros clientes.
- Información demográfica de los clientes.
- Información de si los clientes responden al material promocional.
- Información de si las campañas de marketing tienen éxito.

Aplicar un enfoque activo para anticipar lo que un usuario podría necesitar.

Por ejemplo, si un usuario compra pasta, recomendarle una salsa o una carne que pueda ir bien con ello, así comerá más variado y más cantidad de alimentos. Nos anticipamos para que le sea más fácil la compra de ese producto y además promocionamos una venta adicional.

Tener una visión clara de futuro.

Respuestas claras a preguntas importantes que puedan hacernos, eso definirá el futuro de nuestro negocio. Las respuestas están centradas en las finanzas y los usuarios. Ayudará también a nuestro negocio y a nuestro personal.

Preguntas importantes para nosotros:

- ¿Qué es lo que queremos para nuestros usuario?
Facilitar el día a día de personas que quieren comer sano, variado y equilibrado proporcionándoles menús sencillos y rápidos.
- ¿Qué tipo de usuario quiero?
Clientes con un estilo de vida saludable, que no tienen mucho tiempo para cocinar, tanto estudiantes como trabajadores.
- ¿Por qué existe nuestro negocio?
Porque nos hemos dado cuenta del problema que tienen muchas personas que quieren sano y no pueden. Los trabajadores y estudiantes independizados muchas veces no tienen más remedio que comprar comida precocinada o comer en sitios de comida rápida. Nuestro negocio permitirá que esas personas puedan tener un menú saludable, fácil y muy rápido de hacer.
- ¿Cómo puedo presentar esta visión a los empleados, clientes y accionistas?
Como algo para facilitar la vida de personas que no tienen tiempo para llevar una buena alimentación o una alimentación estructurada y ahorrarles tiempo mediante una compra online

Ser responsable.

Para conseguir clientes que repitan y sean leales, debemos ser responsables con las acciones de nuestra empresa.

- La responsabilidad empieza una vez el usuario se haya descargado nuestra aplicación. Daremos una imagen de la aplicación cuidada y estructurada, para que el usuario vea de forma clara el funcionamiento y no se vuelva loco y se canse de ella.
- Responsables de cualquier error. Si el usuario tiene algún problema con nuestra aplicación, resolverlo con el. Ofrecer descuentos si el problema ha sido más grave de lo normal. Mostrará integridad y responsabilidad.

Sé honesto con los clientes, usuarios y empleados.

Si un cliente pregunta por un error en un proyecto o cualquier tipo de duda o consulta, seremos honestos con él. Así será más probable que actúe de manera positiva.

No mentiremos a un cliente o usuario con el fin de obtener ventas. Esto no acabará en una buena relación en el futuro. Debemos pensar en lo que pasaría si la otra parte descubriera la verdad.

Nuestros valores y principios.

Ser humilde.

La humildad mantiene nuestra mente abierta. Para crecer como persona y empresa es vital que mantengamos la mente abierta a cambios y a evolución.

- **Tener en cuenta nuestro entorno:** prestaremos atención a con quién hablamos. Hay que percatarse de su lenguaje corporal y lo que es apropiado en cada situación.
- **Ser conscientes con nuestras limitaciones:** no excedernos con respeto a lo que somos capaces de hacer y prometer.
- **Pon a otros primero:** pueden ser nuestros clientes o empleados. Nos ayudará a mantener respeto y hará que las futuras decisiones difíciles sean más fáciles de manejar.

Escuchar de manera activa a nuestros usuarios

Aprender a escuchar activamente.

Para ser un comunicador efectivo, escucharemos de manera activa, es una habilidad importante.

- Dirigirnos a nuestro público y mantener contacto visual.
- Mantenernos atentos. Relajar nuestro lenguaje corporal, pero debemos permanecer atentos al contacto visual y asentir cuando sea adecuado.
- Tener nuestra mente abierta. Al llevarlo todo preparado es posible que no escuchemos atentamente a nuestro público. Intenta escuchar todo lo planteado antes de sacar conclusiones.
- No interrumpir al locutor ya que puedes distraerlo, tenemos que esperar a que el locutor termine.
- Intentar imaginar lo que la otra persona dice, esto nos ayudará a entender y escuchar de forma más efectiva.
- Hacer preguntas repitiendo lo que el locutor ha dicho es una manera excelente de asegurarte bien de lo que el locutor ha dicho.

Análisis de público.

Es el proceso de entender o reunir información acerca de las características de nuestros clientes. Nos permitirá anticiparnos a los hábitos de compra de nuestro cliente basado en sus acciones o comportamientos pasados.

- Evitaremos asumir cosas acerca de nuestros usuarios. Las conjeturas podrían llevarnos a realizar una investigación descuidada y obtener conclusiones sin fundamento.
- Preguntaremos a empleados o amigos experimentados acerca del tipo de clientes con los que tratan. Descripciones detalladas sobre género, apariencia y sus comportamientos. Por ejemplo, un empleado de un supermercado es posible que diga algo como "atendí en la caja a una mujer de más o menos 20 años. Llevaba zapatillas de deporte, pantalones cortos y camiseta de tirantes. Se veía atlética y compró fruta y vegetales." Esto nos ayudará bastante, ya que en nuestro modelo de negocio puede ser ideal para estas personas con un estilo de vida saludable.
- Observaremos a nuestros usuarios de cerca. Solo con estar en el mismo sitio y observar a nuestros clientes, podremos ver características y patrones específicos de las personas de nuestro alrededor.

Escuchar la opinión de nuestros usuarios pasados.

Escuchar activamente a nuestros usuarios es involucrarnos de manera activa en las mejoras. Hacer que nuestros usuarios expresen sus opiniones ayudará a formar confianza en los futuros clientes y nos permitirá anticiparnos a sus necesidades.

- Permitiremos que los usuarios puedan publicar en las redes sociales de nuestro negocio.
- Animaremos a los clientes a escribir opiniones de nuestro negocio.
- Intentaremos mejorar nuestras prácticas de negocio y anticiparnos a las necesidades del cliente según opiniones y comentarios.

Aplicar lo aprendido

Colocarnos en el lugar de nuestros usuarios.

Escuchar las preocupaciones de nuestros usuarios nos permitirá anticipar sus necesidades en el futuro pero colocarnos en su lugar es algo totalmente diferente. Intentar usar nuestra propia aplicación y los productos que se ofertan en ella para identificar qué problemas o frustraciones futuras podrían aparecer.

- Por ejemplo, que un amigo se descargue nuestra aplicación y utilice la forma de comprar, pagar y de hacer los menús durante una semana, es más probable que él sea honesto con nosotros acerca de ello.
- Nosotros usar nuestra aplicación durante una semana. Identificar cómo nos sentimos acerca de ciertos aspectos de la aplicación. ¿Cambiaríamos algo de esta experiencia en el caso del usuario?

Pensamiento orientado al cliente.

Los clientes y usuarios valoran una buena atención al cliente. Una disposición entusiasta ayuda mucho para asegurar la lealtad en el negocio. Además, con este pensamiento orientado al cliente estaremos más en sintonía con las frustraciones que podrían aparecer.

Aplicar datos que ya poseemos.

Aplicar lo que ya conocemos acerca de nuestros usuarios y clientes y hacer una suposición educada acerca de lo que podría suceder en el futuro.

Por ejemplo, si sabemos que nuestro mercado es una ciudad al sur de Cantabria, podemos predecir qué creen ellos con respecto a la comida saludable y el tiempo que tienen la mayoría de trabajadores y estudiantes para cocinar. Podemos utilizar este conocimiento para anticipar qué tan bien podría venderse nuestra aplicación.

Estar preparados para las conversaciones con clientes y usuarios.

Antes de sentarnos con un cliente o un usuario, debemos recordar las frustraciones, problemas y soluciones frecuentes y podremos prepararnos mejor para lo que podrían preguntarnos en un futuro.

Solución de problemas.

Una de las tareas de planeación más complejas dentro de una organización es la solución de problemas. La solución de problemas puede definirse como el proceso de identificar una diferencia entre el estado actual de las cosas y el estado deseado y luego emprender acciones para reducir o eliminar la diferencia.

Cuando nos dispongamos a identificar qué tipo de problema es.

Clasificación de los problemas.

Problemas de razonamiento.

Requeriremos el uso de razonamiento, donde la mayoría de las veces es necesario usar herramientas matemáticas para la solución.

Problemas de dificultades.

Tenemos conocimiento de la respuesta pero hay problemas o dificultades para ejecutarla

Problemas de conflictos

Son los que tenemos a causa de la oposición de los demás, ya sea porque no nos entienden o porque se oponen a nuestro proyecto

Proceso de solución a problemas.**Definir el problema.**

Haremos una recogida de información sobre los distintos elementos que intervienen y la forma en la que los problemas se relacionan. El personal encargado debe definir las limitaciones y restricciones que tiene para resolver la situación.

Identificar las alternativas.

Desarrollaremos ideas creativas que resuelvan el problema, explorando todas las posibilidades sin importar lo poco realistas que puedan ser.

Determinar los criterios.

Seleccionaremos qué criterios seguimos para evaluar las alternativas, tendremos en cuenta que independientemente de la alternativa que se escoja, debe cumplir el objetivo.

Evaluar las alternativas.

Haremos un análisis de las alternativas que resulten productivas y alcanzables, ya que algunas pueden ser atractivas pero son difíciles de poner en práctica.

Elegir una alternativa.

Escogeremos de entre todas las alternativas la que se crea conveniente.

Implementar la decisión.

La puesta en marcha de la decisión previamente tomada, requiere de recursos y de una persona que dirija la forma en que se implementará.

Evaluar los resultados.

Llevaremos a cabo una evaluación de la decisión tomada para determinar si el cambio está cumpliendo con los objetivos propuestos, ya que de no ser así,

debemos aplicar una vez más todo el proceso de solución de problemas, hasta cumplir el objetivo.

Toma de decisiones.

Tenemos que elegir entre una alternativa u otra, que es lo más complejo. No siempre suelen suceder problemas difíciles, sino que se pueden presentar de manera repetitiva y por consecuencia son de mayor facilidad.

Clasificación de las decisiones.

Decisiones no programadas.

Son las que se nos presentan cuando un problema se vuelve demasiado complejo o cuando nos enfrentamos pocas veces a ellas.

Decisiones programadas.

Suelen ser repetitivas, es decir, ya ha existido anteriormente ese problema y lo resolveremos de acuerdo al proceso anteriormente hecho.

Recursos humanos.

Selección.

Planificaremos con anticipación las necesidades de los recursos humanos para tener tiempo de analizar el puesto y los requisitos a cumplir por quien va a cubrir ese puesto. Nos permitirá también ver a varios candidatos y ponerlos a prueba a través de un proceso de selección.

Inducción.

Acompañaremos a los empleados durante los primeros días para que se sientan bienvenidos y puedan rendir en sus puestos. Les transmitiremos la cultura de la empresa, les presentaremos al resto del equipo, le repasaremos lo que se espera de él y resolveremos sus dudas.

Capacitación.

Las personas que son parte de la organización pueden requerir formación adicional para desempeñar mejor sus funciones. Con el paso del tiempo, además, les ofreceremos espacios que los mantengan motivados y actualizados.

Remuneraciones.

En esta función contemplaremos que las compensaciones se mantengan equitativas, reflejen resultados y ayuden a mantener la motivación.

Motivación y clima laboral.

Desarrollaremos el sentido de pertenencia, el liderazgo, la iniciativa y el compromiso de los empleados con la empresa. Crearemos un buen clima de trabajo ya que ayuda a mejorar la productividad, reducir el ausentismo, retener al personal, reducir los conflictos y aumentar la satisfacción de todos. Beneficios, comunicación, coaching, eventos y proyectos en equipo pueden impulsar el clima de crecimiento que nuestra empresa necesita.

Funciones del departamento de Recursos Humanos.

Función de empleo.

En esta función comprenderemos las actividades relacionadas con la planificación de plantilla, selección y formación del personal.

Tareas principales:

- Planificación de plantilla
- Descripción de los puestos
- Definición del perfil profesional
- Formación del personal
- Inserción nuevo personal
- Tramitación de despidos

Función de administración del personal.

Tareas administrativas:

- Elección y formalización de los contratos
- Gestión de nóminas y seguridad social
- Gestión de permisos, vacaciones, horas extraordinarias, baja por enfermedad
- Control de absentismo
- Régimen disciplinario

Función de retribución.

Diseñaremos un sistema de retribución del personal y de evaluar sus resultados. Estudiaremos las fórmulas salariales, política de incentivos y

estableceremos los niveles salariales de las diferentes categorías de empleados.

Función de desarrollo de recursos humanos.

Comprenderemos las actividades de crear planes de formación y llevarlos a cabo, estudiaremos el potencial del personal, evaluaremos la motivación, controlaremos el desempeño de las tareas, incentivaremos la participación y estudiaremos el absentismo y sus causas.

Función de relaciones laborales.

En esta función nos encargaremos fundamentalmente en resolver los problemas laborales. Negociaremos principalmente con los representantes de los trabajadores y trataremos temas como la contratación, la política salarial, los conflictos laborales, etc.

También incluiremos en esta función la prevención de riesgos laborales, estableceremos un nivel adecuado de protección de la salud de los empleados y de sus condiciones de trabajo, es decir, la seguridad e higiene en el trabajo y la acción social de la empresa con los empleados.

Adoptaremos las medidas para equilibrar las desigualdades entre empleados y alcanzar un equilibrio y clima de trabajo agradables.

Función de servicios sociales.

Gestionaremos determinados servicios creados por la empresa o que han sido contratados para que los lleven a cabo otra empresa. Los servicios sociales tienen como objeto beneficiar a los trabajadores y mejorar el clima laboral. Pueden ser guarderías, becas y ayudas para estudios, seguros colectivos de vida, clubes y centros recreativos, etc.