

Actividades clave

	<u>ÍNDICE</u> 1. Venta online y presencial. 2. Productos sostenibles y locales. 3. Página web.
---	---

1.Venta online y presencial:

Un supermercado une las ventas presenciales y online, en las dos opciones se necesita una estrategia u operación, para así poder sacar más provecho al comercio, y vender más productos:

Venta Online:

- Asegurarse de que la página web siempre funcione, que esta tenga un diseño atractivo y rapidez, para una mejor experiencia de compra.
- Implementar opciones de búsqueda, filtros para facilitar el producto que quieras encontrar, y un carrito de la compra donde indique el precio total de todos los productos seleccionados, sumándole los gastos de envío.
- Tener un sistema de pago seguro y tener disponible diferentes tipos de entrega, ya sea entrega a domicilio, o recogida en tienda.
- Siempre que hagas un pedido, podrás ver su seguimiento, sabiendo así la fecha de entrega, si tiene alguna duda sobre cómo hacer el pedido o sobre cualquier otra ..., siempre puede acceder a atención al cliente, dónde hable con uno de nosotros y resolver su duda

Venta presencial:

- Garantizamos que los productos estén bien organizados (estarán organizados por estanterías), los productos también serán visibles y con su respectivo precio.
- Personal especializado (nosotros) para resolver cualquier duda, procesar pagos y manejar los incidentes que puedan ocurrir.
- Ofrecer promociones u ofertas exclusivas de ese día, y distintos eventos con los que ,mejorará tu experiencia de hacer la compra

2. Productos sostenibles y locales.

Refood fomenta la sostenibilidad, y apoya a la economía local, es una actividad clave que aporta beneficios, a nuestro supermercado, al medio ambiente y a nuestra comunidad.

- Selección de proveedores: En nuestra empresa solo hacemos acuerdos con proveedores de la comunidad valenciana, ya que así reducimos la huella de carbono (Reducimos el tiempo de transporte) y promovemos la economía local.
- Reducción del desperdicio: Esta es nuestra actividad clave principal, ya que la mayoría de productos que vendemos, a pesar de que están en perfectas condiciones, estaban destinados a el desperdicio de alimentos.
- Educación del cliente: Es muy importante informar a nuestros clientes sobre el impacto positivo que tiene comprar productos sostenibles y locales como los nuestros, se les informará a través de campañas en tienda o en nuestras redes sociales.
- Ahorro de plástico: Dar disponibilidad de alternativas al plástico, como bolsas de tela reutilizables...

3.Página web

El mantenimiento de la página web es crucial para que esta esté siempre disponible, y nuestros clientes puedan acceder a ella sin interrupciones.

- Actualización de contenido: Cada día, se actualizará el catálogo de productos, ofertas o promociones, también se actualizarán los precios si hay alguna variación. Se incluye información sobre el stock de los diferentes productos, con descripciones detalladas sobre estos.
- Seguridad digital: Contamos con un sistema que protege todos los datos de nuestros clientes, tanto financieros como personales. Se realizan revisiones frecuentemente para localizar cualquier tipo de vulnerabilidad o defecto.

- Atención al cliente: Incluir un sistema de soporte a través de chat, formularios para saber y solucionar tu problema o duda, y un apartado de preguntas frecuentes lo cual ayudará a resolver muchas dudas.
- Analítica web: Tendremos a alguien que se encargue de analizar la web para así poder mejorarla constantemente, un sistema que analice el comportamiento del cliente, y poder realizar nuevas estrategias para conseguir más ventas.