

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?

Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?

Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Optimización y economía, Reducir riesgos e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

Nuestros canales?

Nuestras relaciones con los clientes?

Nuestras fuentes de ingresos?

categorías:
Producción
Solución de problemas
Plataforma / Red

Acciones:

- Reacondicionamiento del espacio en función de protocolos Covid. Señalización, cartelería, demarcación, etc.
- Listado completo de productores, emprendedores artesanos.
- Adquisición de máscaras de acetato y barbijos para los emprendedores
- Desarrollo de web/app para turnos y/o vinculación con desarrollos existentes.
- Asesoramiento específico sobre condiciones adicionales de habilitación y/o bioseguridad.
- Difusión y promoción de la propuesta

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

nuestros canales?

nuestras relaciones con los clientes?

nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos:
Físicos
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
Humanos
Financieros

Propuesta de Valor



Qué valor estamos entregando a los clientes?

Cuál problema estamos ayudando a resolver?

Cuál necesidad estamos satisfaciendo?

Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Novedad
Desempeño
Personalización
"Ayuda a hacer el trabajo"
Diseño
Marca/Status
Precio
Reducción de Costos
Reducción de Riesgos
Accesibilidad, Conveniencia / Usabilidad

Problema:

Falta de espacios de exposición y venta de productos artesanales y/o de producción local que puedan ser controlables y que cumplan con los protocolos, garantizando seguridad para los vendedores y los consumidores.

Propuesta de valor:

Un espacio al aire libre que con ingreso controlado y un protocolo de seguridad, que pueda ofrecer la garantía de ser cumplido y de esta manera permita a microemprendedores exhibir y vender sus productos en un ambiente seguro y controlado, llevando tranquilidad a los emprendedores y los clientes, pero por sobre todas las cosas, dando la posibilidad de subsistencia y desarrollo a actividades que hoy no están permitidas.

Qué ofrecemos:

Cada productor / artesano / emprendedor, por un costo accesible, tendrá un espacio de 2x2 mts para exhibición y venta de sus productos, con distanciamiento social de los demás emprendedores y de los clientes.

Los clientes antes de ingresar por el único acceso, serán registrados, se les tomará la temperatura y se les informará y verificará que cumplan con las medidas sanitarias recomendadas.

La cantidad de consumidores y el tiempo de permanencia será controlado para poder garantizar seguridad para todos los presentes.

A través de una aplicación, se les dará un turno para reducir la circulación innecesaria y evitar filas en el ingreso, además se les informará el tiempo restante para distribuir equitativamente el tiempo de compra.

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?

Que relaciones hemos establecido?

Cuan costosas son?

Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos:
Asistencia Personal, Asistencia
Personal Dedicada, Auto Servicio,
Servicios Automatizados
Comunitarios

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor?

Cuales son los mas rentables?

Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

fases del canal:

1. Crear conciencia
Como creemos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
2. Evaluación
Como sabemos si que nuestros clientes reciben nuestra propuesta de valor?
3. Compra
Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
4. Entrega
Como podemos servicio Post venta?
5. Post Venta
Como podemos integrar la propuesta de venta a los clientes?

Segmentos De Clientes



Para quién estamos creando valor?

Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo, Nichos
Nichos de mercado
Segmentado
Diversificado
Plataforma múltiple

Clientes:

- 1- Artesanos, productores, emprendedores, principalmente aquellos que participaban de ferias y eventos.
- 2- Emprendedores que tuvieron que reconvertirse porque su actividad hoy no esta permitida.
- 3- Empleados que se quedaron sin su fuente de trabajo y empezaron una actividad independiente.

Usuarios:

- 1- Artesanos, productores, emprendedores, principalmente aquellos que participaban de ferias y eventos.
- 2- Emprendedores que tuvieron que reconvertirse porque su actividad hoy no esta permitida.
- 3- Empleados que se quedaron sin su fuente de trabajo y empezaron una actividad independiente.
- 4- Consumidores que prefieren los productos artesanales, caseros y de desarrollo local, que hoy se les redujo drásticamente la posibilidad de verlos presencialmente.

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?

Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es mas:
Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing); Enfocado al valor;
Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Ejemplo de características:
Costos fijo (Salarios, rentas, Utilidades) Costos
Variables
Economías de escala, Economías
de alcance

Fuente De Ingresos

Por cuál valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?

Actualmente por qué se paga?

Cómo están pagando?

Cómo prefieren pagar?

Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:
Venta de activo
Lista de precios
Carga por uso
Según características
Dependiendo del segmento
Dependiendo del volumen
Publicidad

Precios fijo
Lista de precios
Según características
Dependiendo del segmento
Dependiendo del volumen
Publicidad

Precios dinámicos
Negociación
Gestión del rendimiento
Mercado en tiempo real Préstamo/Alquiler/Arrendamiento
Subastas Licenciamiento

Fuentes de ingreso

- 1- Alquiler de espacios para emprendedores.
- 2- Alquiler del espacio completo con el servicio de bioseguridad y turnos.
- 3- Auspicios

