

START INNOVA

“VIRTUAL BIKE”

Grupo: Gonzalo García, Alberto Sanz, Gonzalo Ruíz, Javier Moreno, Nicolás Morán.

1. PRESENTACION DEL PROYECTO

Proponemos el proyecto de una bicicleta estática con realidad virtual incorporada. En ella, se podrían realizar las distintas etapas, tours, puertos, etc.; como la vuelta ciclista a España, el tour de Francia, el puerto de Navacerrada, etc. Lo llamaremos “Virtual Bike”.

2. SEGMENTACION DEL MERCADO (SOCIEDADES)

El producto va dirigido principalmente a gimnasios y centros de fitness. A nivel particular, esta pensado para deportistas de elite, que desean mejorar su rendimiento en entornos específicos; para deportistas veteranos que desean experimentar las distintas etapas de un tour; y para los amantes del ciclismo que no tengan tiempo ni capital para realizar salidas.

3. SOCIEDADES CLAVE

Trabajaremos con diferentes sociedades como:

- Decathlon, por su reconocimiento a nivel internacional y sus grandes puntos de venta. Consideramos que el producto se daría mejor a conocer en lugares donde se venden productos específicos para los diferentes deportes.
- MediaMarkt, dado a sus grandes almacenes repletos de productos tecnológicos y constantemente novedosos, pensamos que puede ser un buen lugar para dar a conocer un producto de realidad virtual.
- Gatorade, por su gran implicación en eventos deportivos, promoviendo una vida sana a favor del deporte, pensamos que es una marca acorde con la finalidad del producto.

4. FUENTES DE INGRESOS

Las empresas que nos gustaría que nos financiasen serian:

- Nike, debido a su amplia experiencia en el sector deportivo. Sabrían cómo sacar partido a este producto si lo patrocinan.

- Google, debido a su gran desarrollo e implicación en las nuevas tecnologías relacionadas con la realidad virtual.
- Coca-cola, debido a su gran interés en los eventos y proyectos deportivos.

5. CANALES

A nivel online, dispondríamos de una página web donde el cliente puede ver todo tipo de información en ella referida con el producto. Por otra parte, dispondríamos de una amplia atención desde nuestras redes sociales, dando a conocer el producto. Por último, presentaríamos el producto a través de un modo televisivo, mediante anuncios o carteles.

6. RELACIONES CON LOS CLIENTES.

La empresa contactaría con las diferentes empresas de dos maneras diferentes, o bien mediante correo electrónico, o bien de una manera presencial. En esta última, está presente la delegación de la empresa en diferentes ámbitos, en exposiciones, meetings, congresos, etc.

A nivel particular, la empresa dispondría de su atención al cliente desde sus redes sociales, así como desde un numero de asistencia telefónica.

7. RECURSOS CLAVE

Nuestros recursos serían desde infraestructuras desde, partners con Decathlon, recursos financieros para subcontrataciones, hasta una sociedad de recursos humanos donde a través de unas subcontrataciones, dispondríamos de asesores, fabricantes, distribución y ventas.

8. ACTIVIDADES CLAVE

Las principales actividades clave serán la presentación del producto en todo tipo de eventos deportivos y tecnológicos. En concursos y competiciones y por último, a través de la publicidad en centros comerciales.

9. ESTRCUTURA DE COSTES

- Sondeo de mercado, búsqueda de clientes.
- Búsqueda de socios (acciones/ marketing).
- Fabricación (subcontrataciones/ costes financieros)
- Número de pedidos y atención al cliente.
- Distribución de empresas (envíos)