

Propuesta de valor

Introducción Idea - Problema que queremos resolver

Todos somos conscientes del auge del mercado de segunda mano:

Tenemos a Wallapop, Milanuncios, Segundamano, eBay, entre las más grandes, pero nadie se ha parado a pensar en la misma dirección en la que ya se han encaminado otros sectores..... y con ello apuntamos a Trivago.

“Trivago es un servicio de buscador/comparador de hoteles de ámbito mundial.”

UN COMPARADOR: ésta es la idea que se ha demostrado que ha dado frutos a lo largo de los últimos años.

Entonces:

¿Y si juntásemos estas dos ideas de mercado que ahora mismo están "que lo petan"?

Bueno, pues ésta es nuestra idea: **UN COMPARADOR DEL MERCADO DE SEGUNDA MANO.**

Con ello lograríamos dar una vuelta de tuerca al mercado actual y revolucionarlo, porque imagínense la cantidad de **tiempo** que podríamos **ahorrar** a la hora de poder usar una simple página/app y que ésta, según lo que quisiésemos buscar, nos mostrase los diferentes productos de **diferentes páginas.**

Y no digamos ya la **comodidad** que esto supondría.

Pongamos un ejemplo práctico:

Escenario 1 - SIN NUESTRO COMPARADOR - Estamos buscando un pantalón rojo de mujer, lo queremos de segunda mano y nos paseamos por la diferentes páginas que se nos vienen a la mente, en busca de un pantalón que sea de nuestro agrado. Debemos entrar en una página (pongamos wallapop), luego en otra (pongamos mil anuncios)....y así hasta encontrar algo que nos guste.



Cuando encontramos el primero que nos resulta agradable han pasado ya 30 minutosy 4 páginas visitadas.

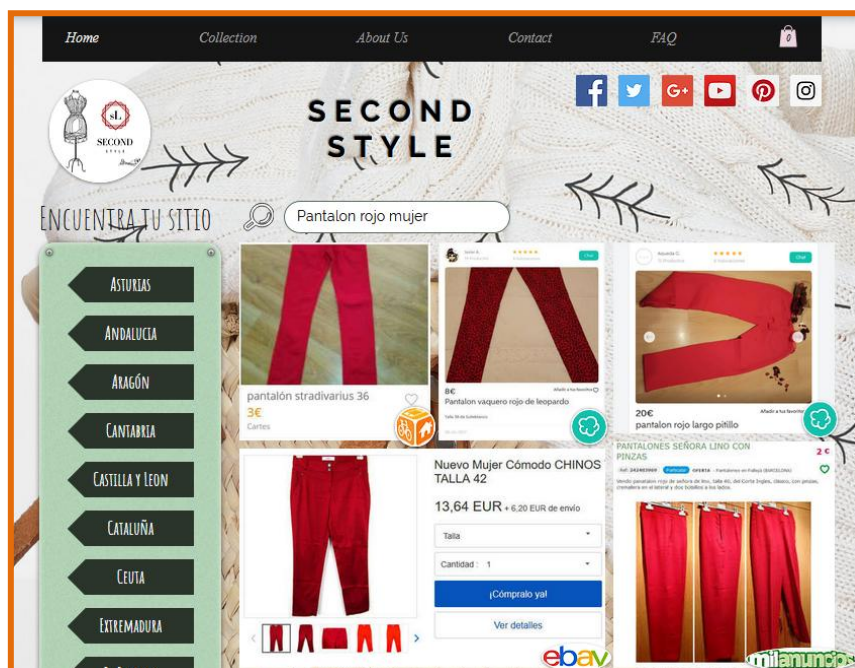


ESCENARIO 2 - CON NUESTRO COMPARADOR (ESCENARIO REAL, extraído de las ofertas actualmente encontradas) - Un amigo me ha recomendado una página que viene muy bien para buscar ropa de segunda mano (la nuestra), porque entrando en ella puedes ver las ofertas de distintas páginas que venden ropa de segunda mano.

Me dispongo a buscar ese pantalon rojo:

Como vemos, aparecen pantalones rojos de distintas páginas (wallapop, milanuncios, ebay...) e incluso otras páginas, con muy buena oferta en productos de segunda mano que ni conocía, como son micolet, percentil...

Al principio empezaríamos en el mercado de ropa de segunda mano, (second style sería nuestro nombre), pero podríamos ampliar en el futuro a productos electrónicos (second technology), a productos deportivos (bicis, ropa deportivam tablas de surf...), y el nombre sería Second (como siempre) pero second sport?



Es decir: nada más buscar el pantalón tengo una **variedad de productos** de **diferentes páginas**. Simplemente tengo que hacer click en el pantalón que desee y seré redirigido a la página web correspondiente.

Ésa es nuestra idea. Crear una páginacomparativa....

¿QUÉ VALOR ESTAMOS ENTREGANDO A NUESTROS CLIENTES?

- Ahorro de tiempo: No tendríamos que navegar en 3, 4 o incluso mas paginas de segunda mano para encontrar el producto que queremos.
- Estamos concienciando a los clientes en un ambiente **eco-friendly** para darle una segunda vida a la ropa, lo cual es posiblemente el producto menos reutilizado. Muchas personas no se ponen prendas de ropa que han sido usadas apenas un par de veces solo porque o bien ha pasado de temporada, le ha dejado de gustar el producto, ha encontrado un producto mejor.
- Ahorro de dinero. Aparte del ahorro de tiempo, si consiguiéramos potenciar la accesibilidad de ropa de segunda mano, la gente se decantaría mas por el uso de segunda mano en este sector.
- Poder librarse de 3 ó 4 aplicaciones en el móvil y sustituirla por esta.

He aquí un artículo sacado de un blog de internet sobre el ahorro de tiempo de un comparador de seguros para motos:

<http://www.galiciadigital.com/opinion/opinion.18100.php>



ahorro de tiempo con las comparativas

Galicia digital

La comparación en el precio de los seguros de moto puede suponer un **ahorro considerable a tu bolsillo**. A todos nos ha sucedido, al menos una vez, que tiempo después de contratar o adquirir un servicio encontramos una opción más barata. Ese sentimiento de frustración que viene después, lo podemos prevenir y eliminar por completo con la ayuda de herramientas en línea, como las comparativas de seguro.

Ahorras tiempo y dolores de cabeza

Al hacer uso de una comparativa de seguros de motos te beneficias de su **rapidez y eficacia**. Incluso puedes obtener el resultado en pocos minutos y ocupar tu tiempo de manera más inteligente. En lugar de investigar cada aseguradora y compañía por tu cuenta, algo que puede resultar en horas poco productivas, únicamente deberás concentrar tus esfuerzos en elegir alguna de las opciones que se presentan.

Todos sabemos el dolor de cabeza que implica calcular un presupuesto, sin embargo, comparando precios los datos se analizan y procesan automáticamente, obteniendo varias estimaciones al instante.

En los casos anteriores, es de suma importancia encontrar los servicios y coberturas que encajen en tu **perfil de uso**. Comparando los seguros de motos que ofrecen varias compañías, te puedes hacer una idea de lo que requieres y ahorrar problemas que podrían presentarse, causados por una mala información.

Promociones y características especiales

Los beneficios que nos reporta el comparar precios de pólizas de motocicletas son numerosos. Entre ellos se incluye la ocasión de encontrar promociones únicas. Éstas promociones logran ser un ahorro a tu presupuesto. Y son oportunidades que tal vez, de otra forma no hubieras encontrado.

Al final, ahorramos una **gran cantidad de tiempo**, dinero y complicaciones que podrían suceder en el futuro. Las comparativas de seguros de motos resultan ser de **bastante utilidad** para **facilitarnos la vida** y disminuir los riesgos al circular en dos ruedas.

Las comparaciones existen en todos los sectores:

The screenshot shows the Carnovo website homepage. At the top left is the Carnovo logo, and at the top right are links for 'Acceder' and 'Tus ofertas'. The main headline reads 'La nueva manera de comprar tu coche nuevo'. Below this, it says 'Compara las mejores ofertas de concesionarios oficiales en menos de 24h.' There are two buttons: 'Elige tu coche' and 'Descubre tu coche'. To the right, there is an image of three cars. At the bottom, there are three key features: '+4.000€ Ahorro medio en tu coche', '4.8/5 Valoración media de concesionarios', and 'Cero Detalles personales compartidos'.

Pero todavía no ha llegado ninguno a la ropa de segunda mano:

The screenshot shows a Genbeta advertisement. The top navigation bar includes 'MENÚ', 'NUEVO', and 'BUSCAR'. The main headline is '54 comparadores de precios online y otras aplicaciones para comprar con éxito en la red'. The background image shows a laptop keyboard and some US dollar bills.

La gente acaba agradeciendo y valorando:

The screenshot shows a Trustpilot review for Carnovo. The review is by Jairo Cortés, from Barcelona, ES, and is dated February 10, 2017. The review has a 5-star rating and is marked as 'Orden verificada'. The review text says 'Muy buena experiencia' and 'Ha sido interesante comprar el coche con Carnovo. He conseguido un buen precio, y sobretodo, he ahorrado mucho tiempo de búsquedas.' There are social sharing icons and a prompt to share the opinion.

Comodidad

Es mucho más cómodo entrar en una sola página...



The screenshot shows the 'ideas y Ahorro' website. At the top left is the logo 'iA ideas y Ahorro'. To the right are social media icons for Facebook, Google+, Twitter, and RSS. Below the logo is a navigation menu with links: 'COMO AHORRAR DINERO', 'COMO CONSEGUIR DINERO', 'COMO BUSCAR TRABAJO', 'DONDE INVERTIR', 'HERRAMIENTAS', 'CONTACTO', and 'SUSCRIBIRSE'. The main content area features a headline: 'COMPARAR HOTELES PARA CONSEGUIR UNA MEJOR RELACIÓN CALIDAD PRECIO'. Below the headline is a link 'Deja un comentario' and a small image of a poolside lounge chair. The text reads: 'Los **comparadores por Internet** nos están simplificando mucho la vida. Sin embargo, sería un error limitarse a mirar solo el precio. Lo interesante es poder tomar en consideración las opiniones de huéspedes anteriores para combinarlas con criterios más objetivos como el precio, la comodidad o la distancia hasta el sitio que nos puede interesar.' Below this is a sub-section titled 'Ordenando la complejidad' with the text: 'Imaginemos que estás buscando **un hotel en el centro de Barcelona**. Puedes optar por teclearlo directamente en Google o quizás prefieras consultar algunas de las páginas comparativas más conocidas. En cualquier caso, la información, que antes de Internet era bastante compleja, hoy en día es bastante fácil de digerir gracias a unos **buscadores que ordenan los establecimientos** por comodidad, precio o distancia desde el punto de referencia que hayamos establecido.' At the bottom of this section, it says: 'De esta manera, en lugar de una lista desordenada, tenemos acceso a unas comparativas básicas pero efectivas, que nos permiten elegir un hotel u otro en pocos minutos y sin demasiados riesgos de equivocarse. Incluso podemos ver fotos de las habitaciones, lo cual...'. On the right side of the screenshot is a 'Suscribirse' (Subscribe) form with the heading 'ABONARSE AL BOLETÍN'. It features an envelope icon with an '@' symbol, the text 'Suscribirse', and a small button 'Abonarse al boletín'. Below this is the text: 'Puedes abonarte a nuestro boletín para recibir más actualizaciones para ahorrar. Garantizado sin spam.' There is a text input field for 'Tu correo', a label 'Introduce tu correo', and a 'Suscribirse' button. At the bottom of the form is a section titled 'ÚLTIMAS ENTRADAS' with a link: 'Buenos propósitos financieros para el 2018'.

Oferta mucho más variada

*“Los **comparadores por Internet** nos están simplificando mucho la vida. Sin embargo, sería un error limitarse a mirar solo el precio. Lo interesante es poder tomar en consideración las **opiniones de huéspedes** anteriores para combinarlas con criterios más objetivos como el precio, la comodidad o la distancia hasta el sitio que nos puede interesar.”*

Ordenando la complejidad

Imaginemos que estás buscando un hotel en el centro de Barcelona. Puedes optar por teclearlo directamente en Google o quizás prefieras consultar algunas de las páginas comparativas más conocidas. En cualquier caso, la información, que antes de Internet era bastante compleja, hoy en día es bastante fácil de digerir gracias a unos **buscadores que ordenan los establecimientos** por comodidad, precio o distancia desde el punto de referencia que hayamos establecido.

La importancia de las opiniones de los clientes

Pero lo que tiene mucho interés en los comparadores de Internet (sean del campo que sean) es el valor colectivo de las **opiniones de usuarios**. Quizás el ejemplo más conocido para hoteles y viajes en general es la página TripAdvisor, pero hay muchos sitios alternativos que merece la pena consultar.

Para que funcione, es importante que la página haya recibido un **número importante de comentarios**.

Cuando un establecimiento recibe **decenas de valoraciones positivas**, normalmente es un buen indicio de calidad.

Logotipo de la página web

Modelo de negocio escalable: Second Style



La idea de **Second** es darles una segunda vida a los productos.

Con **Style** se hace referencia al mundo de la moda y la belleza.

Aunque nos hayamos querido centrar en la ropa de segunda mano, la idea final sería cubrir tantos sectores como se pudiese, es decir, llegar a comparar todo tipo de productos de segunda mano de todas las páginas posibles.

Pero bueno eso es un objetivo bastante ambicioso.

¿QUÉ NECESIDAD ESTAMOS SATISFACIENDO?

La necesidad de adquirir productos que de otro modo no podríamos adquirir.

Muchísimos productos de segunda mano ya no van a volver a estar a la venta, en cierto modo posee cierta exclusividad.

¿QUE PROBLEMA AYUDAMOS A RESOLVER?

Además de todo lo hablado anteriormente tenemos los siguientes puntos:

- Encontrar rápidamente tu prenda
- Posibilidad de adquirir productos de buena calidad

A su vez

- Dar una segunda vida a un sinnúmero de productos que, de otro modo, acabarían.
- Contribución a la mejora del medio ambiente y a una economía diferente, más sostenible....



“La tendencia al alza del mercado de segunda mano puede obedecer a motivaciones evidentes como la económica o deshacerse de algo que el usuario ya no necesita”,

Los vehículos y artículos del hogar, que ahorran más CO₂

El ahorro de CO₂ se ha visto incrementado una media de un 11% por categoría en 2016, respecto a las emisiones evitadas potencialmente por los objetos de segunda mano del año anterior.