

# GLOMBOC



Clara Millán, Belén Magraner, Lucía Moreno, Marina Varas y Gonzalo  
Romero

# ÍNDICE

1. Proposición de valor
2. Segmentación del mercado
3. Sociedades clave
4. Fuentes de ingreso
5. Canales
6. Relaciones con los clientes
7. Recursos clave
8. Actividades clave
9. Estructura de costes



# PROPOSICIÓN DE VALOR

El valor cualitativo que proponemos con este nuevo producto es crear un armario que ayude a los clientes a mantener sus múltiples prendas de ropa en un orden específico y así, a la hora de elegir, encuentren rápidamente lo que desean. Este armario se diferencia del resto ya que es automático y no requiere una pérdida de tiempo innecesaria. El valor cuantitativo, es decir, el precio, varía dependiendo del modelo que el cliente escoja pero aun así, aunque su precio sea un poco mayor al de otros armarios, el beneficio es mayor también.



# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro público son hombres y mujeres de todos los rangos de edades que muestren pasión por el orden, las prendas de ropa y los nuevos productos modernos que fomenten la industria de la moda como un armario inteligente.



# SOCIEDADES CLAVE

Las alianzas son entre nosotros mismos, cada uno aporta algo beneficioso para la empresa:

**Clara Millán y Belén Magraner:** Diseño del producto y el logo

**Gonzalo Romero:** Encargado de los costes de la empresa

**Marina Varas y Lucía Moreno:** Organización de la empresa



# FUENTES DE INGRESO

Nuestra marca se dedica principalmente a la venta de activos como el armario inteligente personalizado. Es una fuente de ingresos con pago único. Los precios son dinámicos, por ocasiones especiales pueden sufrir rebajas.



# CANALES

Los canales más adecuados para hacer llegar el producto para ponernos en contacto con nuestros clientes son: internet, mediante un correo electrónico y una página web o en tienda. El canal que vamos a utilizar para la venta de armarios es una tienda online y una tienda en físico. La distribución será a partir de un servicio de correo si se pidiera el producto por la tienda online y una distribución a partir de un camión si se pidiera en tienda física.



# RELACIONES CON LOS CLIENTES

La relación entre los clientes y los empleados de nuestra empresa es mayoritariamente buena, ya que uno de los objetivos nuestros es satisfacer al cliente en todos los ámbitos de relación.

Los pasos para satisfacer al cliente son: pueden realizar sus pedidos con una asistencia personal tanto en la tienda como online, también pueden optar un autoservicio también por los dos métodos de compra para ver el progreso de su compra dirigida por uno mismo, por último otras de las cosas que ofrecemos en nuestra venta son puesto fijos en todas las comunidades de España, por el caso por el cual estuvieras fuera no habría problema por lo que ofrecemos envíos a todas partes fuera de España gratis a un coste superior a 50 euros.



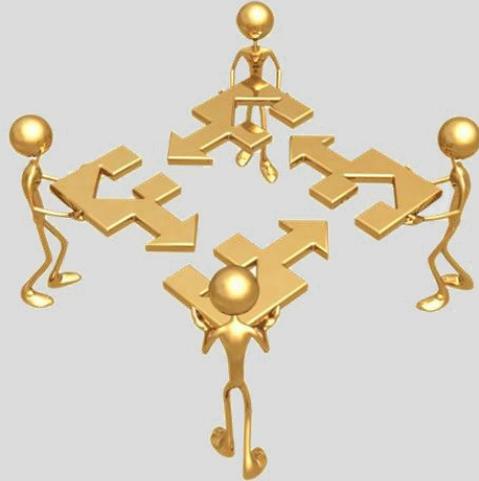
# RECURSOS CLAVE

Para que nuestra empresa progrese adecuadamente hemos debido obtener una serie de objetivos y objetos. Un objetivo mayoritario era conseguir un buen coste de dinero para comenzar a realizar las primeras inversiones para la empresa. Por otra parte hemos necesitado una serie de recursos tanto físicos como un establecimiento para la creación y la evolución de nuestra empresa, también unos recursos materiales para hacer el producto en el que hemos invertido en este caso GLOMBOC como tabloncillos de madera etc. Un recurso necesario es el humano por lo cual hemos puesto todo nuestro empeño en esta empresa.



# ACTIVIDADES CLAVE

Nuestra actividad clave es la producción de armarios inteligentes que ordenen adecuadamente nuestra vestimenta, diseño del mismo, y entrega del producto en la vivienda del cliente rápidamente. También nos importa la promoción de nuestra página web y tienda online, ya que así podemos llegar a los clientes lejanos de manera eficaz.



# ESTRUCTURA DE COSTES

Los costes fijos de la empresa GLOMBOC son el salario de los 5 trabajadores, el alquiler del local físico, el vehículo de reparto con sus gastos y la página web de venta online de los productos

Como costes variables están los materiales para hacer los productos que dependen de la demanda de los clientes.

Nuestra empresa está basada en un modelo de negocio impulsados por el valor ,es decir, nuestra prioridad es la felicidad de los clientes y la calidad de los productos



