

CLOTHSET

Dress OK, Feel OK



Álvaro Chapa
Ignacio Chapa
Ignacio Serrano
Gonzalo Suárez
Asis Landín
Santiago Guerra

PROPOSICIÓN DE VALOR

Nuestra aplicación ofrece a los usuarios la posibilidad de ahorrarse tiempo en un problema tan común como puede ser elegir la ropa que nos vamos a poner. Al parecer, sobre todo para el género femenino, el despertarse cada mañana y elegir la ropa es una acción costosa que lleva tiempo.

Por lo tanto, gracias a un programa, nuestra aplicación es capaz de analizar las características de cualquier vestimenta y elegirnos el mejor conjunto de ropa. Esta app tiene en cuenta el evento al que vamos a asistir y podemos indicarle si tenemos que ir vestidos de una forma formal o informal. Tiene varios filtros que nos ayuda a elegir nuestra ropa teniendo en cuenta la edad, estilo, estación del año, etc. A diferencia de nuestros competidores, nuestra aplicación tiene un armario virtual donde podemos guardar nuestros conjuntos. También usamos nuestra aplicación como una red social lo que nos permite ver conjuntos de nuestros amigos o conocidos y coger ideas de ellos. Estas características nos diferencian de nuestros competidores haciendo nuestra aplicación diferente y original.

Nuestra aplicación será completamente gratuita y estará disponible tanto en Play Store como en App Store. Se podrá encontrar en la categoría de estilo de vida nada más al entrar en cualquiera de las dos plataformas de descargas. También consta con una versión premium la cual nos permitirá deshacernos de los anuncios y guardar nuestros conjuntos en la biblioteca de la aplicación. Además, en un apartado llamado “Iría bien con...”, la aplicación nos recomienda nuevos complementos con un link a páginas web de diversas tiendas de ropa que tenga el producto recomendado en cuestión.

En conclusión, nuestra proposición de valor es: ahorrar tiempo y conseguir facilidad a la hora de elegir. Lo que nos diferencia de las demás

aplicaciones es el hecho de que nuestra aplicación cuenta con muchos apartados y disposiciones.

Analisis DAFO:

<i>DEBILIDADES</i>	Empresa nueva	Necesidad de fondos
<i>AMENAZAS</i>	Empresas de ropa	Cese de uso
<i>FORTALEZAS</i>	Nuevas ideas	Auto-publicitario
<i>OPORTUNIDADES</i>	100% online	Somos de interés para tiendas de ropa

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Hemos decidido clasificar nuestros clientes en edades y sexo debido a las diferencias entre el modo de vestir de dichos grupos.

EDADES:

- **De 13 a 20 años:** , Para este grupo nos basaremos en un estilo de ropa principalmente juvenil y vivo característico del grupo adolescente.

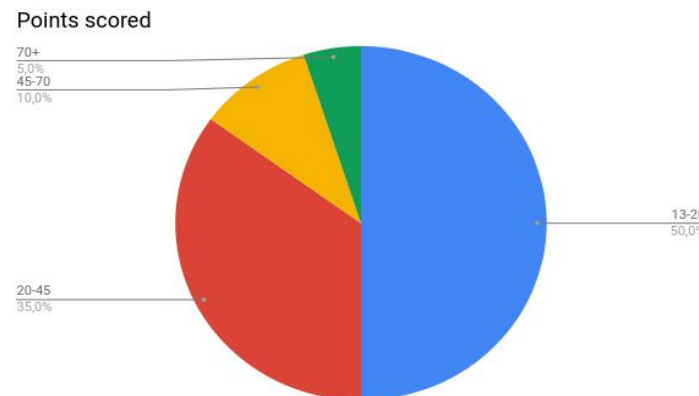
- **De 20 a 45 años:** Viendo las encuestas hechas a diferentes grupos de personas, hemos decidido basarnos en ropa elegante y clásica pero conservando un toque juvenil.

es vestir presentable a la hora decumplir con sus obligaciones.

- **De 50 a 70 años:** Gente con experiencia en el trabajo y al borde de la jubilación que lo que quiere es dar ejemplo a los jóvenes que quieren triunfar y aprender de los más expertos. Por lo tanto, observando los resultados de las encuestas, nos basaremos en ropa clásica, elegante, etc.

- **De 70 años en adelante:** Gente ya jubilada que necesita combinaciones de ropa acorde al día a día dependiendo la temperatura que haya. Ropa cómoda y que queda bien en diferentes estaciones del año.

El perfil del cliente ideal: se trata de una persona entre los 15 y 25 años debido a la importancia que dan estos posibles clientes a aspecto exterior. Por otro lado, esperamos que el género femenino sea el predominante entre nuestros usuarios.



SOCIEDADES CLAVE

En nuestra empresa tenemos 3 objetivos diferentes:

- Captar nuevos clientes. Para ello contratamos un call center que se dedique a realizar llamadas de captación. Solemos unirlos a alguna oferta promocional. De vez en cuando realizamos campañas del tipo “ amigo trae amigo”. Realizamos publicidad on line en revistas y prensa digital.
- Fidelizar a los ya clientes. Para ello lanzamos mensajes vía correo electrónico o a través de internet haciendo sugerencias. Ofrecemos servicios adicionales para eventos como Nochevieja, Navidad... que son importantes para clientes. Lanzamos el “servicio familia” que por poco coste adicional asesoramos a 4 miembros de la misma familia.
- Vender servicios de valor añadido extra por los que podamos cobrar más. Nos estamos planteando la posibilidad de que la persona que le asesora a través de la web pueda hacer de personal shopper. Servicio 24 horas. Sugerencia diaria cada mañana en función del tiempo que vaya a hacer y en función de la agenda del cliente.

Relaciones con cada segmento :

Dentro de la empresa tenemos un conjunto de asesoras de imagen.

Cada una de ellas tiene una cartera específica de clientes y se responsabiliza de dar servicio a los clientes de su cartera.

Cada año tendrá reto de nuevos clientes y reto de ingresos generados.

CANALES

Nuestros canales son de tipo propio directo ya que funcionamos por internet.

Uno de los primeros canales, el de la información, lo llevamos a cabo a través de la publicidad principalmente en las redes sociales. De este modo damos a conocer nuestra aplicación y damos la posibilidad al cliente de contactar y acceder a cualquier información sobre la aplicación.

En segundo lugar, el canal de la evaluación, lo llevaremos a cabo mediante encuestas en las cuales los clientes que ya hayan probado la aplicación evaluarán nuestra proposición de valor. El siguiente canal, la compra, la llevaremos a cabo mediante las plataformas de Play Store o App Store. Y la información sobre dónde encontrar la aplicación estará en el primer canal, el de información.

El cuarto canal, la entrega, donde entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor. Hemos pensado en hacer esto mediante un video publicitario en donde mostremos la diferencia de nuestra aplicación frente a otros competidores. Es una manera efectiva y visual de entregar a los clientes nuestra propuesta de valor.

Y por último, el canal de postventa. Consideramos este canal uno de los más importantes pues pensamos que el cliente esté satisfecho es lo más importante. Para ello, en nuestras oficinas contamos con un personal de atención al cliente que se dedicará a atender y solucionar dudas y problemas respectivamente de los clientes.

FUENTES DE INGRESOS

Nuestra empresa tiene como objetivo colaborar con tiendas de ropa para que a través de nuestra aplicación los usuarios se encuentren con un enlace que les lleve a la tienda de ropa del colaborador. Es decir, nuestra app sugerirá ropa que quede bien con otra que no tengamos. Por lo tanto, habrá un apartado donde podamos encontrar ropa para comprar que encaje perfectamente con nuestro estilo.

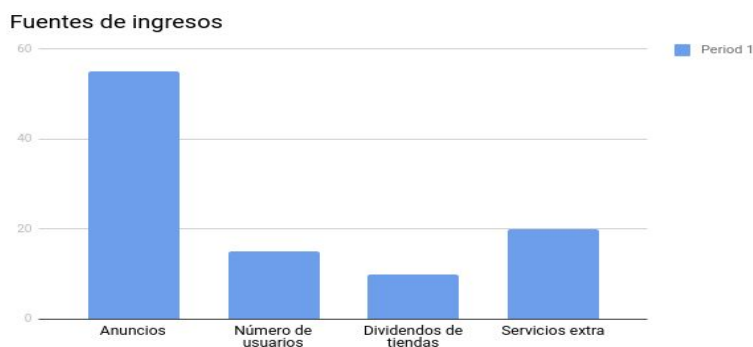
Esta es una de nuestras fuentes de ingresos: el colaborador nos pagara el 10% del costo del producto por cada cliente que haya comprado en su tienda a través de nuestra aplicación. Esto nos deja con una fuente de ingresos flexible ya que dependemos de nuestros usuarios para conseguir ese 10% que buscamos.

Otra fuente de ingresos incluiría poner anuncios en la aplicación. Como muchas otras aplicaciones nuestra aplicación contendrá anuncios por los que las empresas anunciantes pagarán un precio determinado. Esta fuente de ingresos se puede considerar fija ya que hay muchas empresas que demandan poner publicidad para darse a conocer, es decir, hay mucha demanda.

Nuestra fuente de ingresos más importante se basa en el número de descargas. Es decir, por cada usuario que se descargue la aplicación Play Store, App Store u otras plataformas nos pagaran una cuota.

Teniendo en cuenta estas fuentes de ingreso, observamos que tenemos dos fuentes flexibles que

dependen de los usuarios que se descarguen la aplicación. Y por otro lado, tenemos una fuente fija que son los anuncios ya que hay mucha demanda.



RELACIONES CON LOS CLIENTES

Principales proveedores:

La ropa que quiero vender. Puedo optar por fabricar yo la ropa lo que supondría una fuerte inversión en fábrica, instalaciones, maquinaria... o comprar directamente la ropa ya fabricada. Optamos por esta segunda opción. Para ello llegare a acuerdos con fabricantes de ropa a los que proporcionaré los diseños o estilo de ropa que queramos vender.

Debemos adquirir la tecnología necesaria para diseñar y montar la página web a través de la cual venderemos la ropa.

La distribución logística de la mercancía que vendo a casa de los clientes. Es muy importante entregar el material en el plazo de entrega establecido y que llegue en buen estado. Para esto, se asociará con otras empresas que venden otro tipo de productos por Internet. Y así, utilizar los mismos almacenes y compañías de transporte, consiguiendo economía de escala y ahorro de costes.

También necesitamos una plataforma de algún banco para que los clientes puedan pagar con sus tarjetas en la página web. En cuanto a la comunicación:

Haremos publicidad en revistas especializadas de moda.

Insertamos anuncios en todos los periódicos digitales, ya que sabemos que los lectores digitales pueden ser compradores por Internet.

Me dirigiré a gente de mediana edad que trabaja mucho y que al no tener tiempo para ir de compras, puede valorar mucho el comprar por Internet.

Por último, contrataremos a un personaje famoso que nos sirva de imagen.

RECURSOS CLAVE

Dentro de todo el sistema de clasificación cabe resaltar que nuestra empresa, como negocio relacionado con el desarrollo de una plataforma, requerirá un número de recursos humanos e intelectuales mayor que cualquiera de las otras clasificaciones. Esto se deberá a la necesidad de un equipo de desarrollo competente encargado de la mantener la aplicación, y por tanto nuestro servicio, debidamente actualizado y funcional. Los recursos humanos serán además una necesidad a la hora de atender a clientes que busquen información mayor y más precisa.

Los recursos intelectuales son esenciales en caso de la necesidad de una base de datos precisa que será necesaria para llevar la cuenta de todas las especificaciones, compras y búsquedas que soliciten nuestros usuarios, así como de cuestiones financieras esenciales para el correcto funcionamiento del negocio y su éxito. Más allá de esto no hay una necesidad obvia de tal tipo de recurso.

En nuestro papel de empresa online, los recursos físicos no serán una prioridad en la organización de el negocio. Esto, como está claro, no quita el hecho de necesitar una sede central o una oficina en la que establecer los servidores y demás efectivos en forma de hardware, en algún tipo de piso o instalación.

Los recursos económicos son evidentemente necesarios para una empresa en proceso de lanzamiento al mercado, con la evidente necesidad de un voto de confianza en nuestros cálculos, de forma que todos los recursos previamente mencionados puedan ser obtenidos. Esto convierte los recursos económicos en los más esenciales en el momento de despegue de una empresa, aunque su importancia se reduzca con la independencia económica del negocio y, por consiguiente, su autosostenibilidad.

ACTIVIDADES CLAVE

En una empresa (para regirla) se deben tener en cuenta varias actividades, tres para ser exactos: producción, resolución de problemas y actividades en la red. La aplicación de una u otra depende del tipo de empresa del que se trate. Pese a todo son las acciones más importantes que una empresa debe realizar si lo que desea es tener éxito en el mercado. Al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos.

PRODUCCIÓN

Relacionadas con el diseño, la fabricación y la entrega de un producto en grandes cantidades o con una calidad superior. Es la predominante en los modelos de negocio de las empresas de fabricación. En el caso de nuestra empresa esta no es una actividad necesaria, ya que todo lo que hacemos es proporcionar servicios online a nuestros usuarios

RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

implica la búsqueda de soluciones nuevas a los problemas individuales de cada cliente. Los modelos de negocio dedicados a esta actividad exigen actividades como la gestión de la información y la formación continua. Esta sería una de las actividades que habría que desarrollar dentro de nuestra empresa puesto que está relacionada con servicios directos y personalizables para los clientes y ciertos ajustes podrían ser necesarios

PLATAFORMA o RED

Los modelos de negocio diseñados con una plataforma como recurso clave están subordinados a las actividades clave relacionadas con la plataforma o la red. Las redes, las plataformas de contactos, el software e incluso las marcas pueden funcionar como una plataforma. las actividades clave de esta categoría se encuentran la gestión de

plataformas, la prestación de servicios y la promoción de la plataforma. En nuestra empresa esta sería la actividad más importante a la hora de elegir, estando el servicio que ofrecemos basado en su totalidad en las redes.

ESTRUCTURAS CLAVE

Sacar adelante nuestra empresa conlleva una serie de costes los cuales hemos dividido en costes fijos y costes variables.

COSTES FIJOS

Este tipo de costes no varía en función del volumen de bienes o servicios producidos:

- Electricidad - 259.00
- Agua 23.99
- Alquiler del establecimiento 999.99
- Salarios 20000.00
- Publicidad 10000.00
- Servicio de internet 212,00
- Mobiliario 2000.00

COSTES VARIABLES

Este tipo de costes varía en proporción directa al volumen de bienes o servicios producidos. En nuestro caso no tenemos ningún coste variable inmediato ya que al no vender un producto, la cantidad de este no varía.

