

W

Aitor Melero | Javier Peñalba | Javier Ruiz | Pablo Ugarte

COLEGIO GAZTELUETA

-ÍNDICE-

0. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO
1. PROPOSICIÓN DE VALOR
2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO
3. SOCIEDADES CLAVE
4. FUENTES DE INGRESO
5. CANALES
6. RELACIONES CON LOS CLIENTES
7. RECURSOS CLAVES
8. ACTIVIDADES CLAVES

0. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Durante el 2020 la sociedad en general se ha visto gravemente afectada por el Covid-19, por lo que, actualmente el número de personas que hacen deporte u otras actividades para conocer gente nueva ha descendido notablemente durante este año. Este problema conlleva muchas personas a evitar esos contactos con personas desconocidas con las cuales en otras ocasiones no hubiera habido ningún problema, por lo que nos ha lleva a reflexionar sobre ello y aportar una solución a este gran inconveniente.

¡Se acabaron las tardes aburridas! Encuentra a miles de usuarios que comparten los mismos hobbies y gustos que tú, conoce a personas cerca de ti.

Por estas razones hemos decidido crear "*WANTED*" la app que te permite chatear y conocer gente nueva de tu misma zona, por lo que, hacer amistades o encontrar compañeros es ahora es más fácil y fiable que nunca.

1. PROPOSICIÓN DE VALOR

Contamos con la segmentación de mercado en la que se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa. En las propuestas de valor se describen el conjunto de productos o servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.

Hay diferentes tipos de segmentos de mercados, pero en el que nos situamos se denomina mercado de masas debido a que nuestra aplicación se caracteriza por estar orientada a todo tipo de personas y además no distinguen segmentos de mercado.

Nuestros clientes estarían dispuestos a pagar las diferentes ofertas y condiciones que hemos implementado en nuestra app debido a que hay diferentes tipos de ofertas e implemento de pagos.

A nuestros clientes les estamos ayudando para satisfacer la necesidad de reunirse socialmente y hacer vida social. Para que les interese nuestra app se ofrecen diferentes tipos de servicios como Wanted Premium o Wanted Plus, dos paquetes con diferentes obsequios.

2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Somos conscientes de que tras un duro periodo de confinamiento una de las cosas que más se están demandando es hacer deporte y nuestra aplicación conseguirá saciar esta creciente demanda que tanta gente necesita, además hemos decidido hacerla totalmente gratuita para que así incentivar a todo el mundo a probarla. Tanto información como recomendaciones acerca del Covid seguridad de datos personales cuenta con varios sistemas que inician los posible ataques de hackers y como seguridad respecto al covid esto se refiere a que nuestra aplicación cuenta con todos los datos legales y que además después de relación entre nuestros clientes nuestra aplicación proporciona todo lo necesario. Nuestra aplicación proporciona una interacción total con otras personas incluso con la empresa en cuestión. Con lo cual

El segmento de deportistas y más concretamente a los amantes del baloncesto o fútbol, siendo ambos los deportes más practicados en España.

Como hemos comentado antes entendemos que existe una necesidad en crear grupos de jugadores. Desde nuestro punto de vista, pensamos que si ya es difícil organizar un partido de pádel de 4 personas, 22 personas e incluso 10 lo es mucho más.



Nos dirigimos a todos los amantes del fútbol y baloncesto repartidos por toda España. Teniendo en cuenta que aproximadamente un 4% de la población española juega habitualmente, estamos hablando de un nicho/mercado objetivo de 47 millones $\cdot 4\% = 1,88$ millones de personas

Al enfocar la aplicación a los dos deportes mayoritarios en España diversificamos significativamente los riesgos. Bien es cierto por otro lado que los practicantes del fútbol no lo son realmente del baloncesto y viceversa.

3. SOCIEDADES CLAVE

Creemos que nuestra empresa podría firmar una alianza estratégica con la plataforma PLAYTONIC.

PLAYTONIC es una plataforma de reciente creación que está despegando de manera muy importante en España cuya funcionalidad consiste en poner en contacto a jugadores con los diferentes complejos deportivos de todo el país.



Ya que como nuestra empresa se va a basar en un concepto muy parecido pero para distintos deportes, pensamos que su experiencia nos puede ser de gran ayuda.

Para conseguir esta alianza ofreceremos un 5% del valor de la empresa + un 5% de los beneficios durante los primeros 5 años.

Entendemos que esta alianza sería un punto clave en el despegue de nuestra plataforma ya que conocen los entresijos de las plataformas de contactos entre deportistas y contactos en diferentes instalaciones. Así mismo entendemos que reduciría nuestros costes de inversión inicial (recursos digitales, constitución, estudio, viabilidad, etc..) y alejarnos de las posibilidades de fracaso.

Independientemente del resultado de las negociaciones, solicitaremos la ayuda a los diferentes organismos y asociaciones de empresas de internet para el lanzamiento y desarrollo de nuestra plataforma como pueden ser:

- Cámaras de Comercio
- SPRI (agencia vasca de desarrollo empresarial)
- ANEI Asociación Nacional de Empresas de Internet
- Ametic (patronal representante del sector de la industria tecnológica digital en España)

4.FUENTES DE INGRESO

Independientemente de los resultado de las negociaciones previamente mencionadas, solicitaremos la ayuda a los diferentes organismos y asociaciones de empresas de internet para el futuro desarrollo y lanzamiento de nuestra plataforma.



En primer lugar, para el creciente desarrollo de nuestra empresa hemos tenido la suerte de contar con múltiples fuentes de ingresos que son SPRI (Agencia vasca de desarrollo empresarial), Cámaras de Comercio, Ametic (patronal representante del sector de la industria tecnológica digital en España) y ANEI Asociación Nacional de Empresas de Internet.

Luego todas estas asociaciones que nos están apoyando en este momento tienen por seguro el éxito que puede alcanzar nuestra empresa y los factores que pueden ayudar a lograrlo. En caso de necesitar más fondos tenemos planificados de antemano los posibles microcréditos que hagan falta en caso de necesidad y también damos por sentado que siempre podremos devolverlos bien y a tiempo.

La publicidad que sacaremos adelante en la app tendría como idea principal hacer publicidad con marcas pequeñas ya que somos una empresa emergente y poco conocida, pero contamos que según vayamos creciendo podremos hacer publicidad de grandes empresas, principalmente deportivas. Además la publicidad sería leve situada en un lugar que se verá constantemente pero no obstaculizará el uso de la app.

Realmente de cualquier cobro por descarga el desarrollador solamente recibirá el 70% del importe. Al final resultan matemáticas simples en este caso, aunque es posible que recibas menos descargas y del mismo modo, cuantas más descargas consigas, más dinero puedes ganar.

Otra fuente de ingresos dentro de la app sería el *"Pack Wanted Plus"*, esta es una opción secundaria de Wanted de pago mensual en la que tendrías una serie de beneficios y ventajas exclusivas dentro de la app, estos beneficios que te ofrece el servicio *Plus* son: La opción de crear chats más grandes para así poder crear torneos aparte de los partidos normales y el emparejamiento exclusivo con otros miembros del servicio Plus.

5. CANALES

En nuestro caso el único canal de ventas es el canal online ya que es una plataforma digital.

Dentro de los canales online nos vamos a publicitar más en aquellas páginas web dedicadas principalmente al deporte así mismo creemos importante estar presente en aquellas páginas de las principales tiendas de deporte: forum sport, decathlon etc (tendremos que ver las tarifas dado que los costos pueden variar de una tienda a otra) y también en la compraventa de materiales deportivos (wallapop, vinted). No descartamos por otro lado la publicidad físico en revistas y periódicos deportivos (MARCA).

Seguimos pensando, como hemos dicho antes, que los canales más rentables son los digitales (vía web) porque es una forma relativamente económica de llegar a un número muy alto de posibles clientes y más aún cuando nuestro público objetivo es muy propenso a las nuevas tecnologías, pero además de estas se repartirán folletos y hojas de información tanto para usuarios como para los responsables de los campos de fútbol y baloncesto.



Esta no tendrá ningún tipo de coste y en ella publicaremos frecuentemente :

- Imágenes
- Información
- Ofertas
- Opiniones de los usuarios miembros de nuestra empresa.

6. RELACIONES CON LOS CLIENTES

Nuestra intención es tener una buena relación con nuestros clientes, ya que es un tipo de negocio que se basa en la confianza por esa razón nos comprometemos a crear una comunidad de clientes en nuestra página web, donde puedan intercambiar experiencias y todo tipo de comentarios e información de nuestros productos y servicios. Debemos mostrarnos cercanos y honestos con la comunicación hacia nuestra comunidad. Además trabajamos una buena estrategia de email marketing en la que cubramos las necesidades de nuestra comunidad a largo plazo. Manteniendo de este modo el contacto de forma regular y nutriéndose de contenido relevante. Para tener más familiaridad con el cliente, nuestra empresa tiene un local y aparte estamos en redes sociales, como Twitter e Instagram.

En nuestro caso, un cliente es quien va a instalar nuestra aplicación y va a expresar todo lo que nuestra empresa le ofrece a través de esta, obteniendo así beneficios. Por ello, lo que más nos interesa es ampliar el número de clientes porque solo de esa forma les mantendremos dentro del negocio. Por lo tanto, lo ideal al captar clientes nuevos es lograr fidelizarlos para que se vuelvan clientes leales y efectúen un uso frecuente de nuestra app e incluso, descargar la versión de *Wanted Plus*, una versión de pago, pero que ofrece muchas más oportunidades que no ofrece el normal. Es decir, para lograr llegar a tener clientes leales, debemos enfocarnos en atender de la mejor manera la necesidad de los clientes ya sea atendiendo a sus quejas o reportes, porque si no lo hacemos, sólo lograremos que más gente deje de usarla e ir de cabeza al fracaso, por ello, nos comprometemos a atender todo tipo de queja o necesidad de nuestros clientes.



A parte, también hemos pensado poner una oficina de 250m² donde los clientes puedan ir a consultar sus dudas o expresar sus quejas sobre algún aspecto del envío y donde serán atendidos por un representante del servicio de atención al cliente, creando así una relación más íntima y profunda. Creemos que el mejor lugar para situar esta oficina es en Deusto, Bilbao.



https://www.masprofesional.com/alquiler_oficina_bilbao/alquiler-oficina-deusto_1389350.html

Nuestro mayor deseo es que la mayor cantidad posible de usuarios estén satisfechos con la gente nueva que han conocido y así decidan repetir o incluso que recomienden la app a más personas. Es por eso que para mantener su fidelidad hemos tratado de explicar todo de la forma más simple posible y también estamos pensando en la posibilidad de ofrecer algún tipo de beneficio a aquellos usuarios que utilicen nuestros servicios de forma activa y regular.

7. RECURSOS CLAVES

Nuestra empresa necesitará fundamentalmente de un gran equipo de programadores los cuales experimentados en desarrollo de aplicaciones u otros sitios digitales, ya que necesitamos que nuestra app sea funcional y llegue a ser usada, para ello se necesitará una gran comodidad para navegar dentro de esta y, sobre todo, ya que nuestro modelo de negocio se basa en eso, dependeremos de ellos para continuar con nuestro objetivo.

El área de trabajo, aparte de las fundamentales en una empresa, será importante el área de informática, ya que en estos sectores será donde sacaremos los recursos humanos y que nos ayuden al desarrollo del producto. También, gracias al área de informática, nos podremos hacer con los mejores ordenadores y equipos para facilitar el trabajo del desarrollo de la app.

En nuestra empresa los recursos necesarios serán recursos activos en vez de recursos materiales. ¿Qué quiere decir esto? Pues que los trabajadores de nuestra empresa serán la parte más costosa de nuestro modelo de negocio, seguido del material tecnológico y por último el local y los gastos de este mismo.

El perfil de empleado para nuestra empresa consiste en un informático que tenga en torno a 23 a 45 años de edad que, a poder ser, sea muy profesional y que tenga experiencia en desarrollo de aplicaciones, sitios web u otros sitios digitales. Es necesario que sea un trabajador y tenga habilidad en lo que respecta a códigos de programación (Script) y, también, una experiencia en el ámbito del diseño para la presentación de nuestra interfaz. Así podremos crear una buena competencia y una gran confianza en nuestros trabajadores.

El área de trabajo en el que se desarrollará el trabajo de la empresa será en el área de la informática, ya que al ser una aplicación, necesitaremos que los recursos humanos de nuestra empresa cumplan con el perfil previamente mencionado. También necesitaremos el dinero suficiente para un local, unos ordenadores, y

encargarnos de las reformas necesarias para el funcionamiento, aunque al estar empezando, es mejor ir poco a poco. En eso consistirá nuestros recursos financieros.

Dentro del local necesitaremos luz, agua y un espacio necesario para garantizar el bienestar de nuestros trabajadores. Y, como hemos dicho previamente, necesitaremos de ordenadores para el desarrollo de la aplicación y de los servidores de esta. En eso consisten nuestros recursos inmobiliarios e intelectuales.

Algunos de estos recursos son necesarios obtenerlos a corto plazo, como lo son los ordenadores o lo necesario para la luz y el agua. Sin embargo, algunos recursos como la mejora del local o las reformas, serán necesarios obtenerlos a largo plazo, ya que, al estar empezando, necesitamos que la empresa cumpla con una misión y después empezaremos propiamente con la visión correspondiente que tenemos.

Necesitaremos de múltiples empresas y aplicaciones que nos brinden los recursos humanos que necesitamos, también estaremos atentos a la app de linkedin, para ver si hay alguna persona interesada que cumpla con nuestro perfil de empleado. El local ya lo tenemos visto, y lo hemos decidido, visto en una página web. Los ordenadores los compraremos desde las distintas tiendas de electrodomésticos que nos los aportan. Así será como conseguiremos nuestros recursos.

La manera en la que vamos a contactar con nuestros clientes será por medio de publicidad y por una cuenta en Instagram y Twitter. Para ello, debemos pagar un precio a esas páginas y necesitaremos de un community manager que se encargue de la cuenta, que eso entra dentro de los recursos humanos.

Los recursos más costosos serán los recursos intelectuales, que en su mayoría son ordenadores y el local, ya que necesitaremos de una cantidad de recursos financieros para mantenerlo, pagar la luz, el agua y garantizar una sostenibilidad. Sin embargo, los más difíciles serán los empleados puesto que no todo el mundo podrá cumplir con el perfil de empresa.

8. ACTIVIDADES CLAVES

En el caso de nuestra empresa, las actividades clave a las que hay que responsabilizarse es, sobre todo, lo que respecta a la programación. Todo el ámbito de diseño, programar los servidores, las condiciones, permisos y servicios que ofrecemos dentro de la app, etc. También nos centraremos en saber gestionar cada uno de estos empleados y saber en todo momento qué es lo que hacen, cómo lo hacen y saber liderar en cada uno de los aspectos en los que se realiza esa actividad.

En el caso de las actividades clave que tengan que ver con las relaciones con los clientes, en Wanted, tenemos una página de Instagram y Twitter en la que publicaremos cosas sobre esta, desde cuantas personas usan nuestra app, anunciar y publicar avances que vamos a hacer en la aplicación, como actualizaciones y, sobre todo, estaremos dispuestos a oír cualquier queja o propuesta que nos hagan cualquiera de nuestros usuarios. Así pues, también tendremos dentro de la app una función de reportes y quejas así como propuestas. Queremos que Wanted sea un sitio seguro donde hacer amigos y que se cumplan las normas presentes de forma correcta.

La manera en la que llevaremos a cabo estas actividades clave será con el uso de un community manager que se encargará de la cuenta de Twitter como de la cuenta de Instagram. También contrataremos a unos gestores que estén dispuestos a oír cualquier tipo de queja que dé cualquier usuario, tanto de España como de otros países.