

LIENZO CANVAS



LIENZO

EQUIPO:
PROYECTO:



e-FP

8 ALIANZAS CLAVE

- ¿Quiénes son nuestros socios clave?
- ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?
- ¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios?
- ¿Qué actividades clave realizan los socios?

7 SOCIOS CLAVE
Agencia de viaje
(Agencia de viajes)

2 PROVEEDORES CLAVE
Compañía de seguros

7 ACTIVIDADES PRINCIPALES

- ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?
- ¿Estas actividades están a nuestro alcance, y, si no lo están, tenemos alternativas?

7 ACTIVIDADES CLAVE
Alianzas con empresas
Puntaje
Fidelización y otros con nuestros clientes

2 ACTIVIDADES ALCANZABLES
Colaboración con hoteles
Colaboración con empresas del sector
Colaboración con agencias de viajes

2 PROPUESTA DE VALOR

- ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?
- ¿Qué problema/s de nuestros clientes ayudamos a solucionar?
- ¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?
- ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?

7 ¿QUÉ VALOR PROPORCIONAMOS?
Servicios personalizados
Seguridad
Confiabilidad

2 PROBLEMA:
Viajes complicados
Viajes inseguros
Viajes caros

2 SOLUCIÓN:
Viajes sencillos
Viajes seguros
Viajes económicos

3 SATISFACEMOS...
La necesidad de precisión de tu materia para hacer más cómodo tu viaje

4 ¿QUÉ OFRECEMOS?
Servicio de llegada y transporte de equipaje

3 RELACIÓN CON CLIENTES

- ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de cliente?
- ¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?
- ¿Cuál es su coste?
- ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

7 RELACIÓN CON EL CLIENTE
Relación de asistencia personal
Relación de asesoramiento

2 FIDELIZACIÓN
Opciones promocionales
Medios de pago de puntos
Canales de seguimiento
Responsabilidades sociales

4 CANALES

- ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de cliente?
- ¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?
- ¿Cómo actúan nuestros canales?
- ¿Cuáles tienen mejores resultados? ¿Cuáles son más rentables?
- ¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?

7 CANALES
Aplicación móvil
Redes sociales
Página web
Atención telefónica
Atención personal

2 UBICACIÓN DEL LOCAL
C/General Lacy, 18
Argentina, Montevideo
28045

1 SEGMENTOS DE CLIENTE

- ¿Para quién creamos valor?
- ¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?
- ¿Están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta?

7 ¿QUIÉN?
VIADEROS
que buscan reducir el número de vuelos
Opciones / destino de sus viajes

2 PÚBLICO OBJ.
• Homajes y mujeres
• Entre 18 - 35 años
• Interesados en viajes

BUYER PERSONA 1.
Viajes más seguros en vacaciones y su vida fuera de casa
Llamada mucho en móviles, pero poco de televisión
Con su mujer busca viajar y viajar a través de "check in" lo mismo se convierte en un viaje

BUYER PERSONA 2.
Los viajes es cómodo
Ella más cómodo la ciudad y con un contacto de un servicio personal. Los viajes de negocios de su vida no son como con la familia. Ella es la que busca con la familia y poder una parte de los viajes y hacer que sea un viaje en la ciudad

3 LOS CLIENTES ESPERAN:
• Atención al momento de llegada
• Llegada al viaje
• Que sus experiencias sean mejores

9 ESTRUCTURA DE COSTES

- ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
- ¿Cuáles son los recursos clave más caros?
- ¿Cuáles son las actividades clave más caras?

7 COSTES + IMPORTANTES
Alquiler local
Furgonetas
Pago socios

2 ACTV CLAVE + CARAS
• Mantenimiento de la página web y sus redes
• Promoción mediante redes sociales

5 FUENTES DE INGRESOS

- ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?
- ¿Por qué pagan actualmente?
- ¿Cómo pagan actualmente?
- ¿Cómo les gustaría pagar?
- ¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?

7 MEDIOS DE PAGO
• Tarjetas
• Efectivo

2 FUENTES DE INGRESOS
Conjunto de aviones y cambio de vuelos
Por una experiencia diferente

3 PRECIO A PAGAR
Dependencia del tamaño y cambio de vuelos
Vuelos de largo plazo
Por servicios

BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Nuestra empresa Baggy ofrece una solución para las personas que viajan por cualquier motivo y no saben qué hacer con su maleta en el trayecto de aeropuerto/estación a su alojamiento y viceversa. Nos encargamos de guardar y transportar tus maletas al hotel/apartamento en caso de llegada anticipada al check-in y de transportar tus maletas al aeropuerto, o estación que desees a la hora del check-out mientras aprovechas el máximo tiempo posible y disfrutas sin tener que preocuparte de tu maleta.

