

### 3. SOCIEDADES CLAVE

La empresa se ayuda de diferentes organizaciones que le proporcionan todos los recursos necesarios, desde materias primas para fabricar el producto, hasta la distribución de la pulsera.

Por otro lado, se cuenta con la ayuda de hospitales (públicos y privados) para facilitar el correcto uso de la pulsera y el contacto con los usuarios de la misma, esto se lleva a cabo gracias al trabajo realizado de la mano de operadores que están al otro lado de la pulsera cuando se detecten anomalías en los datos recogidos. Además de la contratación de seguros sanitarios que proporcionan los servicios que ofrece la pulsera de la mano de la empresa. Estos socios podrían ser, Mapfre, Adeslas, Sanitas, Asisa.

- **Proveedores clave:**

Para el proceso de fabricación de los relojes se necesitan materiales como silicona, plástico, aleación de zinc o microchips.

El primer proveedor al que se recurre es "Diloy", esta empresa proporciona correas de silicona las cuales forman parte del producto final.

En cuanto a la pantalla del reloj, se ha contactado con la empresa china "Huami Tech", quien nos proveerá de las diferentes formas de pantalla disponibles para dar forma al producto.

Para la fabricación de la hebilla del reloj se mantiene una relación comercial con "Cometal", situada en Madrid y relacionada con la venta de metales tales como aleación de zinc.

Respecto a la adquisición de los microchips que dará forma al entramado electrónico que pone en funcionamiento a las diferentes funciones del reloj se tiene en cuenta a la empresa francoitaliana "STMicrochipselectronics", la cual cuenta con dos fábricas en España, facilitando así el envío de estos.

- **Actividades clave desempeñan nuestros socios:**

Por otro lado, se encuentran los hospitales y las aseguradoras sanitarias:

- Los hospitales se encargan de recibir las advertencias por parte de los operadores para que puedan enviar una ambulancia al domicilio del afectado y socorrerlo.
- Las aseguradoras sanitarias por otra parte se encargan de ofertar *Ilife* en sus pólizas de seguro.

Funciones a desempeñar por los socios:

- Transformación Digital: Liderar la transformación digital de una empresa, identificando oportunidades para integrar tecnologías digitales en todos los aspectos del negocio.
- Análisis de Datos: Utilizar análisis de datos para comprender el comportamiento del cliente, evaluar el rendimiento de las campañas digitales y tomar decisiones basadas en datos.
- Desarrollo de Estrategias de Marketing Digital: Crear estrategias de marketing digital efectivas, que incluyan la publicidad en línea, el marketing de contenidos, el SEO (optimización de motores de búsqueda) y las redes sociales.

- Gestión de Redes Sociales: Desarrollar estrategias para la presencia y participación efectiva en redes sociales, y aprovechar estas plataformas para la construcción de la marca y la participación del cliente.
- Comercio Electrónico: Desarrollar y gestionar estrategias para plataformas de comercio electrónico, maximizando las oportunidades de venta en línea.
- Análítica Web: Utilizar herramientas analíticas web para evaluar el rendimiento del sitio, identificar áreas de mejora y optimizar la experiencia del usuario.
- Expertos en Marketing: Que se especializan en la promoción de productos, servicios o marcas a través de canales digitales, deben ser creativos, analíticos y estar actualizados sobre las últimas tendencias y tecnologías en el mundo digital. La capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios en el panorama digital para lograr los mayores números de ventas, las funciones son:
  - Marketing de Influencers: Colaborar con influencers para promocionar nuestro productos y servicios a través de plataformas digitales.
  - Automatización de Marketing: Implementar herramientas de automatización para simplificar procesos y personalizar la experiencia del usuario en nuestra página web.
  - Análisis de Competencia: Realizar análisis de la competencia para identificar oportunidades y amenazas en el mercado.
  - Seguimiento de Tendencias: Mantenerse actualizado sobre las tendencias emergentes en marketing digital y aplicar estrategias innovadoras cuando sea apropiado.
  - Email Marketing: Crear campañas de correo electrónico efectivas para nutrir y retener a los clientes existentes, así como para atraer nuevos prospectos.
  - Publicidad en Línea: Planificar y ejecutar campañas de publicidad pagada en plataformas como Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, etc.
  - SEO (Optimización de Motores de Búsqueda): Optimizar el contenido y la estructura del sitio web para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y atraer tráfico orgánico.
  - Marketing de Contenidos: Crear y distribuir contenido valioso y relevante para atraer, retener y convertir a la audiencia