

PROPOSICIÓN DE VALOR:

- *¿Qué necesidad o problema resolvemos?*

Hemos detectado una necesidad de las personas de la tercera edad. Las personas mayores no están acostumbradas a las nuevas tecnologías y cada vez les cuesta más utilizarlas y comprenderlas a medida que estas evolucionan.

- *¿Qué es lo que nos hace diferentes y, por lo tanto, es por lo que nuestro cliente está dispuesto a pagarnos?*

La propuesta de valor que tenemos es que nuestro reloj contiene múltiples funciones de asistencia que son muy fáciles de utilizar. El reloj cuenta con iconos grandes porque pensamos que es una de las dificultades que encuentran las personas de tercera edad. También cuenta con un lenguaje simple y muy claro para que no les cueste entenderlo. Entre otras muchas más ventajas.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

- *¿Quién es tu cliente?*

El producto cubre las necesidades de personas de la tercera edad.

- *¿Cuáles son las características de estos clientes?*

Nuestros clientes son considerados como un segmento de mercado de nichos, ya que nosotros con nuestro producto está específicamente diseñado para abordar las necesidades particulares de las personas mayores. El reloj cubre las necesidades y junta muchas funciones que ellos serán capaces de utilizar de manera muy fácil.

SOCIEDADES CLAVE:

- *¿Cuáles son los principales socios y proveedores que necesitamos para que nuestro proyecto funcione?*

Empresas como Microsoft que nos pueden ayudar a configurar el software con todas las características que tiene nuestro reloj. También nos podemos asociar con clínicas médicas o residencias como Solimar para que recomienden el uso del producto.

- *¿Por qué son importantes para nosotros?*

Porque creemos que una parte fundamental es el apoyo desde este tipo de empresas para llevar adelante el proyecto. Es necesario por una parte que nos ocupemos del mantenimiento del producto y por otra parte, que se promocióne y lo recomienden a aquellos que más lo necesitan.

FUENTE DE INGRESOS

Cuánto y cómo está dispuesto a pagar vuestro cliente por el producto/servicio que le estás ofreciendo?

100€ y una suscripción a la aplicación de 2.5€ al mes

La fuente será de Ingresos por pagos recurrentes ya que hay un precio inicial de 75€ pero la suscripción mensual es de 2.5€

- Venta de activos
- Primas de suscripción

Precios fijos: reloj básico

Precios dinámicos: suscripción

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?

Entrega a domicilio

- Los canales de Comunicación

Redes sociales

- Los canales de Distribución

Canal detallista, directo, largo,

- Y los canales de Venta

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Para atraer nuevos clientes, nos valdremos de un comercial, que “in situ” ofrecerá el producto en Centros de Día, Hospitales, Centros de Salud, Residencias, y lugares frecuentados por personas mayores.

Además, se crearán campañas de publicidad, mostrando los beneficios que tiene nuestro producto y su precio asequible para llegar a la mayor cantidad de gente posible.

Crearemos una “cuña” publicitaria, así como si el presupuesto nos alcanza lo ofreceremos mediante vallas publicitarias en lugares donde la afluencia de personas mayores sea medio alto.

Posteriormente, lo llevaremos a la venta y dependiendo de la respuesta final de los clientes, nuestro producto será exitoso o no.

Además, habrá descuentos a partir del 10% en los precios de dicho producto en todas las tiendas que lo deseen y una membresía gratuita a las personas que más compren en nuestra web.

Para fidelizar clientes, ofreceremos servicio técnico postventa, así como regalos a la compra de otros productos y descuentos.

RECURSOS CLAVE

Como lo mencionado anteriormente, realizaremos campañas de publicidad del producto y será enfocado a personas mayores de 66-85 años, se podrá obtener el producto de manera online o en los centros frecuentados por personas mayores así como en farmacias, ópticas y tiendas de telefonía más cercanas.

El precio previsto para la venta del producto es de 45€, teniendo en cuenta las funciones que el reloj tiene y que está destinado para ese segmento de edad haciéndolo más accesible que los otros relojes inteligentes.

Actividades Clave Proyecto

- **Producción :** Para que la producción sea rentable, debemos aliarnos con empresas que produzcan grandes cantidades de material para, con ello las piezas nos resulten mucho más baratas y los costes de producción bajos.
En cuanto a la producción deberemos buscar un mercado potencial para nuestro producto y dado que es un reloj para personas mayores, una buena opción sería publicitarlo en hospitales, residencias, centros de día, y también buscar la opción de que los médicos lo recomienden. Para ello sería interesante que su venta no solamente fuera en grandes almacenes o en tienda de electrónica sino en ópticas, farmacias y centros de audición.
- **Solución de problemas:** En el momento en el que el producto sale a la venta, debemos obtener una garantía externa tanto de reparación como de sustitución de piezas. Además, debemos crear reels o videos en las redes sociales para mostrar cómo funciona el producto, las utilidades que tiene y la posibilidad de adquisición por parte de otro tipo de público al que no va destinado pero que se sienta tranquilo y satisfecho de que ese producto cubra las necesidades de la persona mayor a su cargo o de su entorno.
Los empleados de este tipo de productos deben tener la formación adecuada para ir modificando y actualizando las aplicaciones en función de las necesidades del producto.
- **Actividades de plataforma o red:** Se debería impulsar un acuerdo con Microsoft o empresa similar para tener todos los recursos necesarios para que el reloj pueda tener los servicios que satisfacen al consumidor.

Estructuras de costes

- Desarrollo y diseño: Costos de investigación y desarrollo para crear un reloj con facilidad de uso y funcionalidad que satisfaga las necesidades de las personas mayores. Honorarios para diseñadores y expertos en usabilidad.
- Producción: - Costo de materiales para armar el reloj, como display, caja, pulsera, etc.
 - Costos de fabricación y montaje. Control de calidad y pruebas para garantizar la durabilidad y confiabilidad del producto.
 - Tecnología y software: Licencia de software y desarrollo de interfaz de usuario amigable para personas mayores. Integración de tecnologías específicas B. Pantallas de fácil lectura, botones grandes o táctiles y funciones de accesibilidad.
 - Componentes electrónicos: El costo de los componentes electrónicos como procesadores, sensores y baterías utilizados en los relojes.
 - Embalaje: Diseño y producción de packaging de producto. Etiquetas y documentación incluidas en el paquete.
 - Ventas y logística: Costos asociados con el almacenamiento, transporte y distribución de productos directamente a tiendas minoristas o clientes.
 - Marketing y publicidad: Costos de marketing para promocionar el reloj, como campañas publicitarias, presencia en redes sociales y participación en eventos. Desarrollo de materiales promocionales y sitios web.
 - Servicio al Cliente: Costos asociados con la prestación de atención al cliente, actualizaciones de software y garantías; Desarrollar y mantener guías de usuario y recursos de ayuda.
 - Tarifas y margen de beneficio: La comisión del minorista o agente que vende el reloj. Margen de beneficio para cubrir los costos operativos y generar ganancias.
 - Investigación de mercado: Costos asociados a la investigación de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los adultos mayores.

PROPOSICIÓN DE VALOR:

- *¿Qué necesidad o problema resolvemos?*

Hemos detectado una necesidad de las personas de la tercera edad. Las personas mayores no están acostumbradas a las nuevas tecnologías y cada vez les cuesta más utilizarlas y comprenderlas a medida que estas evolucionan.

- *¿Qué es lo que nos hace diferentes y, por lo tanto, es por lo que nuestro cliente está dispuesto a pagarnos?*

La propuesta de valor que tenemos es que nuestro reloj contiene múltiples funciones de asistencia que son muy fáciles de utilizar. El reloj cuenta con iconos grandes porque pensamos que es una de las dificultades que encuentran las personas de tercera edad. También cuenta con un lenguaje simple y muy claro para que no les cueste entenderlo. Entre otras muchas más ventajas.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

- *¿Quién es tu cliente?*

El producto cubre las necesidades de personas de la tercera edad. Un cliente potencial podría ser un hombre jubilado, que a medida que avanzan las tecnologías, es menos hábil con ellas. Este hombre es dependiente de sus familiares más cercanos y suele contactarse con ellos con mucha frecuencia cuando lo necesita.

- *¿Cuáles son las características de estos clientes?*

Nuestros clientes son considerados como un segmento de mercado de nichos, ya que nosotros con nuestro producto está específicamente diseñado para abordar las necesidades particulares de las personas mayores. El cliente modelo consiste en una persona jubilada que es dependiente de sus respectivos familiares y tiene dificultades para utilizar las nuevas tecnologías.

SOCIEDADES CLAVE:

- *¿Cuáles son los principales socios y proveedores que necesitamos para que nuestro proyecto funcione?*

Empresas como Microsoft que nos pueden ayudar a configurar el software con todas las características que tiene nuestro reloj. También nos podemos asociar con clínicas médicas o residencias como Solimar para que recomienden el uso del producto.

- *¿Por qué son importantes para nosotros?*

Porque creemos que una parte fundamental es el apoyo desde este tipo de empresas para llevar adelante el proyecto. Es necesario por una parte que nos ocupemos del mantenimiento del producto y por otra parte, que se promocióne y lo recomienden a aquellos que más lo necesitan.

FUENTE DE INGRESOS

- ¿Cuánto y cómo está dispuesto a pagar nuestro cliente por el producto/servicio que le estás ofreciendo?
100€ y una suscripción a la aplicación de 2.5€ al mes.
La fuente será de Ingresos por pagos recurrentes ya que hay un precio inicial de 75€ pero la suscripción mensual es de 2.5€
- Fuentes de ingresos
Venta de activos
Primas de suscripción
- Precios:
Precios fijos: reloj básico
Precios dinámicos: suscripción

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?

Entrega a domicilio

- Los canales de Comunicación

Redes sociales

- Los canales de Distribución

Canal detallista, directo, largo,

- Y los canales de Venta

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Para atraer nuevos clientes, nos valdremos de un comercial, que “in situ” ofrecerá el producto en Centros de Día, Hospitales, Centros de Salud, Residencias, y lugares frecuentados por personas mayores.

Además, se crearán campañas de publicidad, mostrando los beneficios que tiene nuestro producto y su precio asequible para llegar a la mayor cantidad de gente posible.

Crearemos una “cuña” publicitaria, así como si el presupuesto nos alcanza lo ofreceremos mediante vallas publicitarias en lugares donde la afluencia de personas mayores sea medio alto.

Posteriormente, lo llevaremos a la venta y dependiendo de la respuesta final de los clientes, nuestro producto será exitoso o no.

Además, habrá descuentos a partir del 10% en los precios de dicho producto en todas las tiendas que lo deseen y una membresía gratuita a las personas que más compren en nuestra web.

Para fidelizar clientes, ofreceremos servicio técnico postventa, así como regalos a la compra de otros productos y descuentos.

RECURSOS CLAVE

- *¿Cuáles son los elementos más importantes que necesitáis para que nuestro proyecto funcione?*
Como lo mencionado anteriormente, realizaremos campañas de publicidad del producto y será enfocado a personas mayores de 66-85 años, se podrá obtener el producto de manera online o en los centros frecuentados por personas mayores así como en farmacias, ópticas y tiendas de telefonía más cercanas.

El precio previsto para la venta del producto es de 75€, teniendo en cuenta las funciones que el reloj tiene y que está destinado para ese segmento de edad haciéndolo más accesible que los otros relojes inteligentes.

Actividades Clave Proyecto

- **Producción :** Para que la producción sea rentable, debemos aliarnos con empresas que produzcan grandes cantidades de material para, con ello las piezas nos resulten mucho más baratas y los costes de producción bajos.
En cuanto a la producción deberemos buscar un mercado potencial para nuestro producto y dado que es un reloj para personas mayores, una buena opción sería publicitarlo en hospitales, residencias, centros de día, y también buscar la opción de que los médicos lo recomienden. Para ello sería interesante que su venta no solamente fuera en grandes almacenes o en tienda de electrónica sino en ópticas, farmacias y centros de audición.
- **Solución de problemas:** En el momento en el que el producto sale a la venta, debemos obtener una garantía externa tanto de reparación como de sustitución de piezas. Además, debemos crear reels o videos en las redes sociales para mostrar cómo funciona el producto, las utilidades que tiene y la posibilidad de adquisición por parte de otro tipo de público al que no va destinado pero que se sienta tranquilo y satisfecho de que ese producto cubra las necesidades de la persona mayor a su cargo o de su entorno.
Los empleados de este tipo de productos deben tener la formación adecuada para ir modificando y actualizando las aplicaciones en función de las necesidades del producto.
- **Actividades de plataforma o red:** Se debería impulsar un acuerdo con Microsoft o empresa similar para tener todos los recursos necesarios para que el reloj pueda tener los servicios que satisfacen al consumidor.

Estructuras de costes

- Desarrollo y diseño: Costos de investigación y desarrollo para crear un reloj con facilidad de uso y funcionalidad que satisfaga las necesidades de las personas mayores. Honorarios para diseñadores y expertos en usabilidad.
- Producción: - Costo de materiales para armar el reloj, como display, caja, pulsera, etc.
-Costos de fabricación y montaje. Control de calidad y pruebas para garantizar la durabilidad y confiabilidad del producto.

- Tecnología y software: Licencia de software y desarrollo de interfaz de usuario amigable para personas mayores. Integración de tecnologías específicas B. Pantallas de fácil lectura, botones grandes o táctiles y funciones de accesibilidad.

- Componentes electrónicos: El costo de los componentes electrónicos como procesadores, sensores y baterías utilizados en los relojes.

-Embalaje: Diseño y producción de packaging de producto. Etiquetas y documentación incluidas en el paquete.

-Ventas y logística: Costos asociados con el almacenamiento, transporte y distribución de productos directamente a tiendas minoristas o clientes.

- Marketing y publicidad: Costos de marketing para promocionar el reloj, como campañas publicitarias,

presencia en redes sociales y participación en eventos.
Desarrollo de materiales promocionales y sitios web.
Planeamos hacer colaboraciones con

-Servicio al Cliente: Costos asociados con la prestación de atención al cliente, actualizaciones de software y garantías;
Desarrollar y mantener guías de usuario y recursos de ayuda.

-Tarifas y margen de beneficio: La comisión del minorista o agente que vende el reloj.
Margen de beneficio para cubrir los costos operativos y generar ganancias.

-Investigación de mercado: Costos asociados a la investigación de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los adultos mayores.