

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

Lo que vamos a hacer, es crear dos estilos diferentes de aplicación. Básicamente, dos niveles. En uno tendríamos acceso a la aplicación de manera gratuita y con anuncios. Pero, luego haremos una más compleja, sin anuncios y con un mejor seguimiento, que sera a base de pago.

1. Clientes Primarios: Jóvenes (principal público objetivo):

- **Disposición a pagar:**

Los jóvenes suelen tener ingresos limitados, por lo que son más propensos a usar aplicaciones gratuitas o con precios bajos.

- Gratis para las funcionalidades básicas: seguimiento de salud (sueño, actividad física, alimentación y uso del móvil).
- Opción de pago para mejoras o "upgrades" (relojes inteligentes, monitores de actividad avanzada).

- **Formato de pago:**

- Compras dentro de la app: Accesorios para seguimiento (relojes, cintas de pecho).
- Modelo de suscripción mensual accesible (por ejemplo, 2-5 euros/mes) para desbloquear funciones adicionales como análisis más detallados, metas avanzadas y recompensas premium.
- Monetización indirecta: Ofertas patrocinadas por terceros (descuentos en restaurantes saludables, deportes, etc.)

2. Clientes Secundarios: Padres o tutores:

- **Disposición a pagar:**

Los padres preocupados por la salud de sus hijos estarían dispuestos a pagar por funciones que garanticen un monitoreo más detallado del progreso de sus hijos.

- **Formato de pago:**

- Paquetes familiares o suscripciones para varios usuarios (por ejemplo, 8-10 euros/mes para 3-5 perfiles).
- Compra de dispositivos asociados (relojes inteligentes y accesorios) como complemento del uso de la app.

3. Clientes Generales (Usuarios adultos interesados en su bienestar):

- **Disposición a pagar:**

Este segmento podría ser más receptivo a un modelo freemium con más funciones avanzadas y recompensas personalizadas.

- **Formato de pago:**

- Suscripción mensual con beneficios añadidos como coaching personalizado o conexión con servicios de terceros (dietistas, entrenadores).
- Monetización basada en recompensas que impliquen colaboraciones con marcas de alimentos saludables, centros deportivos, etc.

Resumen:

El modelo económico de la app debe adaptarse a un público joven y motivar a través de recompensas y premios, mientras se introduce un modelo premium opcional para usuarios con mayor nivel económico, o más dispuestos a pagar.