

PROYECTO ECONOMÍA

Nuestra empresa consiste en una App para teléfonos móviles llamada GiftGuru. Esta App consiste en una plataforma en la que te puedes comunicar con asistentes especializados en hacer regalos, es muy útil para poder hacer un regalo si no tienes una idea clara y además te quita preocupaciones, ya que la empresa no solo se encarga de elegir un producto acorde con los gustos de la persona a la que vas a regalar, sino que también se encarga del envío. Esta idea surgió porque teníamos que hacer un regalo a una amiga pero no sabíamos que elegir, por lo tanto pensamos que diseñar una plataforma con gente que te puede ayudar era un buen recurso para muchas personas que se suelen encontrar en esta situación habitualmente. A continuación mostramos nuestra idea de negocio basada en el modelo Canvas.

Propuesta de valor

Es lo que nos hace diferente a la competencia, lo que hace que los clientes elijan nuestro producto antes que otros.

La empresa busca satisfacer:

- La necesidad de despreocuparse por el no saber qué regalar o el que no quede bonito y además no tener que encargarse de nada.
- La necesidad de tener un regalo ya hecho por gente especializada.
- La necesidad de poder regalar en otras comunidades españolas.

Oportunidades creadas:

- Ayuda de expertos para encontrar el regalo perfecto adaptado a cada ocasión, presupuesto y gustos del destinatario.
- Eliminamos el estrés de buscar regalos.
- Amplia selección de productos (alimentos gourmet, flores, artículos tecnológicos, artesanías, libros, ropa...)
- Posibilidad de personalizar los regalos con nombres, fotos, mensajes especiales o temáticas adaptadas a cada persona.
- Atención inmediata a través de chat para resolver dudas y mejorar la experiencia de compra.
- Entrega exprés en 24/48 horas a cualquier lugar de España, incluso en zonas rurales
- Opción de entrega el mismo día en grandes ciudades.

Actividades clave

Las actividades necesarias que nuestra empresa tiene que hacer para hacer llegar la propuesta de valor a los clientes.

Desarrollar y mantener la aplicación

- Diseñar, programar y actualizar la aplicación a menudo para que sea funcional, rápida y fácil de usar para los usuarios.
- Implementar algoritmos de recomendación basados en preferencias del usuario, ocasiones y presupuesto.
- Garantizar la seguridad de los datos personales.

Experiencia del cliente

- Ofrecer soporte al cliente las 24 horas del día en tiempo real para que los usuarios puedan hacer consultas.
- Recoger feedback de los usuarios para añadir mejoras.

Relación con proveedores y socios comerciales

- Negociar acuerdos con tiendas, marcas y proveedores para asegurar variedad y precios competitivos.
- Administrar inventarios y para asegurar entregas rápidas a los clientes.

Marketing y adquisición de usuarios

- Diseñar campañas publicitarias en redes sociales y motores de búsqueda.
- Crear estrategias como programas de fidelidad, descuentos y notificaciones personalizadas para hacer una experiencia.

Recomendación de regalos

- Actualizar continuamente el catálogo con tendencias de temporada y regalos únicos.

Gestión de pagos y logística

- Integrar múltiples métodos de pago.
- Supervisar el proceso de envío, devoluciones y garantías de productos.

Análisis de datos y optimización

- Recopilar y analizar datos sobre opinión del usuario para mejorar las recomendaciones y la experiencia general, ayudando a cambiar con las necesidades de los clientes.

Recursos clave

Los medios que tenemos que hacer funcionar para lograr que nuestra propuesta de valor sea efectiva para satisfacer a los clientes.

Cercanía en cuanto al cliente/trabajador

- Personal cualificado: Trabajadores capacitados para realizar las tareas necesarias para satisfacer al cliente según sus preferencias.
- Personalización del producto: Trabajadores encargados de agregar valor al producto como notas personalizadas, embalaje concreto o diseño acorde a la temática.

Desarrollo tecnología

- App fácil de usar para que los clientes puedan describir sus necesidades y preferencias en cuanto al producto.
- Red de seguimiento de la entrega que permita ver el recorrido del producto y la entrega.
- Sistema de pago seguro que garantice confianza al cliente.

Recursos logísticos

- Proveedores de cada producto para tener diferentes opciones según la preferencia del cliente.
- Repartidores eficaces para asegurar las entregas fiables, seguras y rápidas para satisfacer a los clientes.

Segmentos de clientes

Define con claridad cuales los clientes a los que va dirigida nuestra propuesta

- Trabajadores ocupados: personas con la agenda llena que buscan una solución rápida para encontrar regalos sin perder tiempo.
- Personas que valoran la personalización de regalos: clientes que desean que sus regalos sean únicos y que reflejan una atención especial al destinatario.
- Personas que odian comprar regalos: personas que se frustran al tener que elegir un regalo y necesitan orientación.
- Planificadores de eventos: personas que organizan eventos y buscan regalos grupales.
- Empresas: que buscan regalos corporativos para empleados, clientes o socios y nos saben que regalar

Relación con los clientes

Tipos de relaciones que queremos lograr con los clientes con el fin de fidelizarlos a la empresa.

Asesoramiento Personalizado e Inspirador: A través de la app, los usuarios reciben recomendaciones de regalos personalizadas según la ocasión, el destinatario y sus preferencias.

Acompañamiento por Expertos: Los expertos ayudan a perfeccionar las ideas de los clientes con un servicio de atención directa mediante chat para resolver dudas.

Experiencia Intuitiva y Sin Estrés: Proceso de selección y pago simplificado y seguimiento en tiempo real del proceso de personalización y envío del regalo.

Fidelización mediante Experiencias Memorables: Programas de fidelidad con descuentos o beneficios exclusivos para clientes frecuentes y recordatorios automáticos para fechas importantes (cumpleaños, aniversarios) y sugerencias seleccionadas previamente.

Feedback y Mejora Continua: Encuestas posteriores a la entrega para recoger opiniones sobre la calidad del regalo y la experiencia general y un sistema de calificaciones y reseñas para garantizar la satisfacción.

Cercanía y Confianza: Comunicación amigable y humana, destacando el compromiso de hacer que regalar sea una experiencia emocionante y libre de preocupaciones y garantías, reembolsos o cambios en caso de que el regalo no cumpla expectativas.

Estructura de costes

Todos los tipos de costes que generan las diferentes actividades que necesitamos hacer para lograr nuestra propuesta de valor.

Costes fijos

Desarrollo y mantenimiento de la aplicación:

- Sueldos para desarrolladores, diseñadores y actualizaciones periódicas de software.

Salarios del personal:

- Asistentes especializados, equipo administrativo, soporte técnico y trabajadores del almacén que ayudan a distribuir los productos.

Oficinas y costos de ella:

-Alquiler o compra de un espacio físico y servicios básicos, como electricidad, internet, etc.

Costes Variables:

-Incremento en gastos de marketing para promociones específicas durante temporadas de alta demanda, los costes pueden dispararse debido a la necesidad de competir en mercados saturados.

Marketing y adquisición de usuarios:

-Publicidad digital, invertir en campañas de búsqueda en Google, redes sociales y otras plataformas publicitarias, más durante temporadas de alta demanda.

Pagos a socios comerciales:

-Costos derivados de alianzas con marcas.

Logística y entrega:

-Subcontratación de servicios de paquetería.

Fuentes de ingreso

Los tipos de ingresos que la empresa va a obtener y mediante qué vías

Comisiones por venta realizada:

-Cobrar un porcentaje sobre cada trabajo completado a través de la aplicación. Por ejemplo, si el usuario compra un regalo de 50€, la aplicación te cobra un 10% extra (5€). En referencia a otras empresas, estas cobran comisiones entre un 5 y 20%, mientras que nuestra propuesta inicial es de un 10% teniendo en cuenta que ofrecemos un servicio personalizado y una app que facilita su uso. Es decir, precio total 50€, un 10% de comisión y 5€ dirigido a la app. Realizando este proceso, este modelo de comisiones por venta es capaz de asegurar ingresos recurrentes y progresivos

Modelos de suscripción:

-Planes mensuales o anuales para acceso a servicios premium como asistencia personalizada ilimitada, opciones exclusivas de regalos y sin cobro de comisiones. Por ejemplo, 10€ al mes, pero a cambio el cliente tiene una permanencia obligatoria de un año. Este precio también está en línea con otros servicios de suscripciones premium los cuales ofrecen beneficios exclusivos. Por ejemplo, otra plataforma como lo es Amazon Prime, cobra un total de 49€ anuales por servicios exclusivos, lo cual aporta beneficios al cliente como lo son comisiones mediante transacción, también ofrece obsequios exclusivos y personalizados, y prioridad a soporte de cliente.

Cuotas por servicio:

-Trata de cobrar una tarifa única por consulta con el asistente. Por ejemplo, cobrar 2€ por cada sesión de ayuda personalizada. Usando este modelo de cuotas de servicio permitimos que aquellos usuarios los cuales no estén suscritos o no deseen suscribirse a la app puedan acceder a los servicios a un menor coste. Además de que el precio establecido por consulta es competitivo con otras empresas en cuanto al modelo de servicio y asequible para el cliente; teniendo en cuenta que la mayoría de plataformas de consultoría online cobran tarifas a mayor coste.

Publicidad dirigida:

-Vender espacios publicitarios a diferentes marcas para que se muestran más sus productos. El precio de los espacios publicitarios se fija en función al volumen de consumidores activos en la plataforma y el alcance de las campañas hacia nuevos usuarios.

Servicios complementarios:

-Por ejemplo, opciones de envoltura especial, servicios de entrega exprés o programada, es decir, cobrar por servicios adicionales que no se incluyen principalmente en la tarifa inicial de la plataforma a la hora de contratar un servicio

Canales

Canales que se utilizan para dar a conocer nuestra propuesta de valor a los clientes

Aplicación móvil: en App Store o Google Play Store.

Página web: por dónde puedes contactar con los asistentes.

Redes sociales: publicidad en TikTok, Instagram, Facebook...

Correos electrónicos: mandando newsletters.

Publicidad digital: como Google Ads.

Colaboraciones con influencers: que publicitan la aplicación.

Socios clave

Empresas con las que se establecen acuerdos de colaboración para fortalecer la propuesta de valor con el fin de que sea más atractiva para los clientes.

Tiendas y marcas: para tener acceso a productos exclusivos.

Plataformas de envío: empresas de mensajería para garantizar entregas rápidas y fiables.

Plataformas de pago: como PayPal o servicios de tarjetas de crédito, para un pago seguro.

Creadores de contenido: influencers que recomiendan productos o experiencias con la aplicación.

Proveedores de productos personalizados: talleres de artesanía, imprentas y proveedores de productos personalizables como tazas, camisetas, álbumes...

Fuentes bibliográficas

-Vercheval, S. (16 de mayo de 2024). Qué es un plan de marketing y cómo crearlo. Inboundcycle. Recuperado el 13 de enero de 2025 de:
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>

-Zendesk. (23 de febrero de 2024). 6 Tipos de relación con los clientes para fidelizar más. Zendesk. Recuperado el 13 de enero de 2025 de:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-relacion-con-el-cliente/>

-Lacoste, J. (30 de marzo de 2016). Los 19 canales para conseguir clientes y tracción en tu empresa. Jesús A. Lacoste. Recuperado el 13 de enero de 2025 de:
<https://jalacoste.com/los-19-canales-para-conseguir-clientes-y-traccion-para-tu-empresa>

-Clavijo, C. (s.f.). Modelo Canvas: qué es, para qué sirve, cómo se usa y ejemplos. HubSpot. Recuperado el 13 de enero de 2025 de:
<https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>