

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 esten 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