

MODELO CANVAS

SOCIOS CLAVE

Inversor/patrocinador:
Empresas sostenibles que les interese el proyecto y mutuamente dar validación de sostenibilidad.

Influencers: Fácil difusión entre los jóvenes y publicidad que mejora la imagen de ellos mismos.

Proveedores: Los clientes tiene la posibilidad de ser nuestros proveedores, comprándoles prendas que nos interesen.



ACTIVIDADES CLAVE

Creación de marca:
Crear una identidad única que exprese nuestros valores.

Selección de productos: mantener nuestro catalogo al corriente de la demanda.

Canal de distribución:
Aparte de una tienda física, envíos online.

Socios: Ventajas solo para socios e involucrarles en la marca

PROPUESTA DE VALOR

Dar una segunda vida a ropa de otras personas y colecciones no vendidas de marcas, reduciendo desperdicios.

Promover el cuidado del medioambiente con economía circular

Ofrecer cursos de estilismo para personalizar y potenciar el estilo individual.



RELACIÓN CLIENTES

Redes sociales: Promocionar productos, interactuar con los clientes y mostrar el proceso de personalización.

Atención personalizada: Asesoramiento sobre la personalización y selección de nuestras prendas.

Beneficios por fidelidad: Premiar a nuestros clientes leales con descuentos, promociones exclusivas y crédito en tienda a cambio de vender ropa o realizar compras frecuentes.



SEGMENTO CLIENTES

Personas preocupadas por el medio ambiente y la sostenibilidad.

Amantes de la moda que buscan ropa única y asequible de todo los estilos.

Marcas con stock sobrante o colecciones pasadas para **todo tipo de públicos**

Personas interesadas en **aprender estilismo**, tanto principiantes como personas avanzadas.



RECURSOS CLAVE

Recursos Tangibles: Espacio físico: Tienda y almacén bien ubicados
Inventario de ropa: Variedad y calidad de prendas.
Equipos de personalización: Maquinaria para colocar el logo y hacer ajustes.
Logística: Transporte para recolección y distribución.
Plataforma e-commerce: Tienda online funcional.

Recursos Intangibles: Experiencia en moda: Conocimiento sobre tendencias y calidad textil.
Red de contactos: Relación con marcas y proveedores de ropa.
Habilidades de curaduría: Selección y categorización de ropa de calidad.
Identidad de marca: Logo y propuesta de valor que crea confianza.
Marketing digital: Habilidades para atraer clientes online y en redes sociales.



CANALES

Tienda física: Espacio donde los clientes pueden traer, comprar ropa y nosotros la personalizamos con nuestro logo.

Tienda online: Para llegar a un público más amplio, una plataforma para comprar y vender prendas.

ESTRUCTURA DE COSTES

Costes fijos: Alquiler del local, salarios de empleados y servicios (agua, electricidad, internet)

Costes variables: Compra de ropa a nuestros clientes, limpieza y reparación de la ropa, transporte, embalaje y etiquetado.

Marketing: Publicidad online y offline, ofertas y promociones.

Tecnología: Software de gestión de ventas e inventario y plataforma online.



FUENTES DE INGRESO

Venta de ropa proporcionada por los clientes y empresas.

Donaciones

Venta online

Eventos o promociones especiales

Venta de productos complementarios: Ropa o artículos complementarios como zapatos, bolsos, o joyas.

