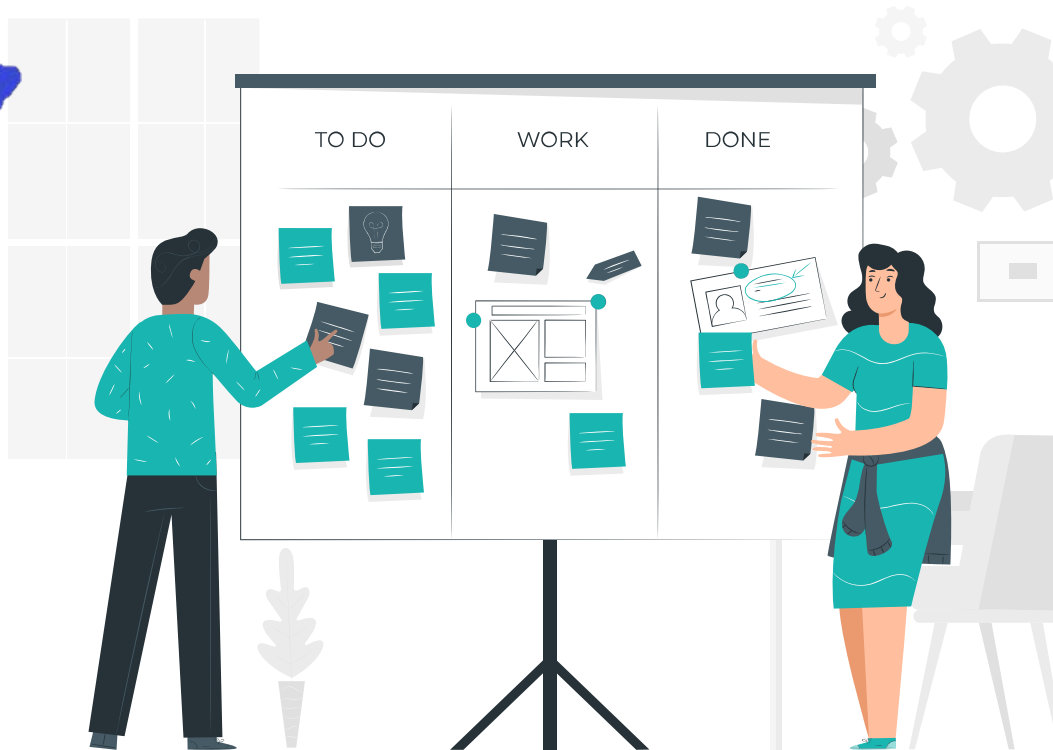


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Material Sábado



**Proveedores** – micro empresarios con negocios locales de productos y o servicios esenciales

**Vendedores** – personas físicas de NSE medio bajo, afectadas por la crisis del covid19 que buscan generar ingresos

### 1. Tareas del cliente

#### PROVEEDORES -

- Fabricar o comprar inventarios
- Definir capacidad de producción, precio al público, margen de utilidad y % de comisión que está dispuesto a dar
- Empacar las órdenes
- Generar la guía de envío
- Buscar canales de venta
- Comprar materia prima
- Establecer métodos de pago
- Estrategia de mercadeo
- Llevar un control de las ventas, pagos y comisiones

#### VENDEDORES

- Elegir qué es lo que quieren vender
- Establecer objetivos de venta x semana
- Definir canales de comunicación y venta
- Llevar un control de las ventas, pagos y comisiones
- Llevar un registro de los clientes (CRM)

### 2. Dolores

#### 1. Tareas del cliente

#### PROVEEDORES -

- No pueden vender físicamente
- El consumo en general está disminuyendo
- Desabasto de materia prima
- No cuentan con canales alternativos de venta
- Sus clientes en la mayoría son locales
- Crear perfil de proveedor

#### VENDEDORES

- Stress y ansiedad por que no tienen ingresos
- Los productos que normalmente vendían no son de primera necesidad
- No tienen un producto o servicio que vender
- No tienen experiencia o conocimiento para vender a distancia
- Crear perfil de vendedor

### 3. Beneficios

#### PROVEEDORES -

- Mover el inventario
- Generar ingresos
- Llegar a otros mercados
- Inversión cero
- No necesitan un local físico

#### VENDEDORES

- Ingreso extra sin inversión
- Lo pueden hacer desde su casa con las herramientas que ya tienen - celular, redes sociales, internet
- Material audiovisual de capacitación y herramientas para vender mejor

# 01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Presentamos una forma innovadora de incrementar las ventas en tiempos de crisis

¿Consideraciones a tener en cuenta en contexto covid-19?

La gente no puede salir, el desempleo aumentó, generando ansiedad y stress

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Reactivamos la economía ayudando a los que más lo necesitan

## 02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)

**Proveedores** – micro empresarios con negocios locales de productos y o servicios esenciales, entre 25 a 45 años en zonas urbanas

**Vendedores** – personas físicas de NSE medio bajo, afectadas por la crisis del covid19 que buscan generar ingresos, de entre 25 y 35 años, con acceso a redes sociales en zonas urbanas.

¿Quién compra?

El dueño del negocio

¿Quién usa? ¿Quién decide?

El encargado de ventas

## 03 – Canales

¿Qué medios y formas de contacto utilizaré con el cliente para que conozca mi producto o servicio?

Facebook

Linkedin

Twitter

Sitio Web

Medios (PR)

Alianzas

Whats App

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Digitalmente

¿Existen restricciones comerciales para ello?

No existen restricciones ya que no monetizaremos por el momento

## 04 – Relación con clientes

¿Qué tipo de relaciones vas a establecer con tus consumidores/clientes?

Vamos a crear una comunidad con relación 1 a 1

¿Cuáles son los beneficios que influyen en el consumidor/cliente para que adquiera este producto o servicio?

Inversión cero, tu eliges con quien trabajar, todo desde tu casa con tu celular, genera ingresos (ambos)

¿Tu relación con el cliente va a ser: -Personal, telefónica o video conferencia

-Automatizada (email, chatbot,) -A través de terceros o representantes -Alianzas con pibox, canasta rosa, etc.

## 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Donaciones

¿Cómo nos realizarán los pagos?

online

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

No

# 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

El equipo de fuerzacdmx

Mafer - Sitio Web, Plantillas, Base de Datos

Edgar- Redes Sociales, alianzas y PR

AnaLizz- Grupos WA, Mailing y Herramientas

¿Qué recursos materiales necesitas?

Internet, computadora, celular

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Creatividad, motivación



# 07 – Actividades clave

¿Cuales son las actividades claves que requiere la propuesta de valor?

Mafer - Sitio Web, Plantillas, Base de Datos

Edgar- Redes Sociales, alianzas y PR

AnaLizz- Grupos WA, Mailing y Herramientas

¿Qué roles y funciones desempeñamos claves para la ejecución de nuestra propuesta?

Marketing, PR, Ventas, Community Management

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Pibox, wix, canva, facebook, whats app

¿Qué socios pueden ser clave para conseguir llegar a nuestros clientes?

Medios, canasta rosa

¿Quiénes son mis aliados?

Pibox, mercado libre, AMVO

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Tiempo del equipo

Mafer - 20 hrs x semana - \$7,000 mensuales

Edgar - 20 hrs x semana - \$7,000 mensuales

Ana Lizz - \$7,000 mensuales

Licencia de canva \$680 y wix \$210 mensual

¿Recursos y actividades más costosas?

Tiempo del equipo

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Cero

## 04. Postulación final

*Creamos una solución para que los pequeños negocios puedan acceder a una fuente de ventas para generar ingresos en tiempos de Coronavirus. El proveedor define el precio de venta al público y la comisión para el vendedor.*

*Los vendedores eligen qué productos y/o servicios quieren vender en función del tipo de clientes que pueden encontrar en su comunidad (redes sociales, vecinos, familiares, etc)*

*Todo el proceso se hace de manera sencilla con las herramientas comunes que usan proveedores y vendedores como whats app, facebook y mailing.*

*Durante la crisis del COVID-19 no tiene costo alguno participar, tenemos alianza con servicio de mensajería con costo accesible para que no tengan contacto entre cliente final, vendedor o proveedor.*

