

Socios clave



¿quienes son nuestros socios clave?
 ¿quienes son nuestros suministradores clave?
 ¿quién recurren clave vamos a adquirir de nuestros socios?
 ¿quién actividades clave realizan los socios?

motivaciones para iniciar:
 - complementar recursos
 - reducir costos de compra o de producción
 - obtener recursos de experiencia o tecnología

Actividades clave



¿Qué actividades clave realizamos?
 ¿qué actividades clave vamos a adquirir de nuestros socios?
 ¿quién actividades clave realizan los socios?

clases de actividades:
 - actividades de producción
 - actividades de apoyo

1.-Desarrollar la plataforma
 2.-Determinar el contenido en funcion a comparativos de otras plataforma .
 3.-Integrar el look and feel
 4.-Desplegar plan piloto
 5.- Reformular
 6.-Asociacion y plan de ventas

*canal de distribucion es online 100%

*relacion con los clientes:atencion de Soporte de linea directa en horario determinado
 Acompañamiento durante la provision de servicio
 Atencion automatizada de respuesta tipicas por whatsapp.
 Co-creacion y revision de contenidos.

Propuestas de valor

¿Qué valor entregamos al cliente?
 ¿cómo lo entregamos?
 ¿qué actividades clave vamos a adquirir de nuestros socios?
 ¿quién actividades clave realizan los socios?

características:
 - diferenciación
 - personalización
 - reducción de costos
 - rapidez
 - calidad
 - innovación
 - sostenibilidad

1.-Un espacio seguro, apoyo integral,sostenible para los niños.
 2.-el problema deficiencia academica de sus hijos, no tienen espacio para desestresarse.
 3,-Producto:plataforma web educativo.
 4.-son para los colegios para que los clientes tengan acceso a ello.

Relaciones con cliente

¿qué tipo de relación empresa que establecemos y mantenemos con los clientes?
 ¿cómo lo establecemos y mantenemos?
 ¿qué actividades clave vamos a adquirir de nuestros socios?
 ¿quién actividades clave realizan los socios?

tipos de relaciones:
 - personalizadas
 - automatizadas
 - de alto contacto
 - de bajo contacto

Canales



¿a través de qué canales queremos contactar nuestros segmentos de clientes?
 ¿cómo los contactamos ahora?
 ¿cómo están integrados nuestros canales?
 ¿cómo funcionan mejor?
 ¿quién son más efectivos en costos?
 ¿cómo los integramos con los canales de clientes?

tipos de canales:
 - directos
 - indirectos
 - propios
 - de terceros

Segmentos de cliente



¿para qué segmentos de clientes vamos a crear valor?
 ¿cómo lo creamos?
 ¿quién son nuestros socios clave?
 ¿quién actividades clave realizan los socios?

tipos de segmentos:
 - geográficos
 - demográficos
 - psicográficos
 - conductuales

- Valor para los estudiantes.
 -Clientes: b2b colegios privados.

Estructura de costes

¿quienes son los costos más importantes relacionados a nuestra modelo de negocio?
 ¿quién recurren clave son los más caros?
 ¿quién actividades clave son los más caros?

tipos de costos:
 - fijos
 - variables
 - directos
 - indirectos

Fuentes de ingresos

¿cómo generamos ingresos?
 ¿quién recurren clave son los más caros?
 ¿quién actividades clave son los más caros?

tipos de ingresos:
 - venta de productos
 - venta de servicios
 - licencias
 - suscripciones
 - publicidad

* Los colegios estan dispuesto a pagar por mantener su funcion activa.
 * Para mantener los recursos y servicios(luz, agua,etc) del colegio.





MINISTERIO DE

PanAmerican

—