

Socios Clave

Quienes son nuestros socios clave? Quienes son nuestros proveedores clave?

Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?

Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Optimizaci3n y economías Reducir riesgos e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particulares



3. Actividades Clave

Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? **PRIMERO:** Un arduo trabajo de digitalización, y organización o Gestión documental física, que permita ubicar enlazado con el software, todos los documentos existentes a la fecha. **SEGUNDO:** Un proceso de almacenamiento de bases de datos, definición del motor de base de datos a trabajar (Sin burocracias). **TERCERO:** Un centro de operaciones del equipo y DATA CENTER nacional.

Nuestros canales? Medios masivos patrocinados por el gobierno

Nuestras relaciones con los clientes? Siempre tener asesores o funcionarios de cada entidad gubernamental para asesorar en línea.

Nuestras fuentes de ingresos? Pago de un valor muy reducido por cada documentado solicitado y entregado por nuestra solución.

categorias
Producción
Solución de problemas
Plataforma / Red



1. Propuesta de Valor

Que valor estamos entregando a los cli mayor de los tesoros en la vida moderna: l trámites que hoy nos obliga a invertir tiempo esperando turnos, tiempo para regi volver por nuestros documentos, tiempo p nuevo. En ocasiones se requieren docum la Oficina de registros públicos o de nuestros estudios, etc. y se debe esperar hasta días para que los entreguen, o si los entregan el mismo día, hemos invertido en ese día, NO menos de 4 horas que es tiempo valioso para invertirlo en el hogar, en nuestro trabajo o con nuestros hijos.

Cual problema estamos ayudando a resolver? Baiscamente son 2:

- Evitar contagios de virus como el COVID.
- Agilizar procesos para obtener documentos en línea que se requieran sea de caracter Urgente o no.

Cual necesidad estamos satisfaciendo?

La de tener la oportunidad de entregar y contar con los documentos necesarios para cerrar un negocio, matricularme a alguna institución a estudiar, la de entregarlos ante una entidad médica y evitar una calamidad por falta de ese documento, entre muchas otras.

Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?



Relación con Clientes

Que tipo de relación espera que establescamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?

Que relaciones hemos establecido?

Cuan costosas son?

Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos
Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicios Automatizados Comunidades



2. Segmentos De Clientes

Para quién estamos creando valor? Se crea valor real para los usuarios del común, los ciudadanos de a pie. Se crea valor Empresarial y de grata recordación a las entidades gubernamentales que entren en el proceso. **Quienes son nuestros clientes mas importantes?** Para que nos acepten como proveedores del servicio sería inicialmente las entidades gubernamentales: notarías, oficinas de registros públicos, ayuntamientos, Fiscalía, etc. y posteriormetne, se puede ofrecer sin temor a empresas privadas en general con alto volúmen de documentación involucrada en procesos imporantes de manejo de dichos documentos.

mercado masivo de mercado Segmentado Diversificado Plataforma múltiple



MERCADO MASIVO: Definitivamente nuestro principal cliente será el gobierno y TODAS sus entidades que de una u otra forma hagan parte de las que interactúan con ciudadanos en cualquiera de las ramas que se requiera, con la solicitud, gestión y entrega de documentos a dichos ciudadanos.

MERCADO SEGMENTADO:

NOTARÍAS
FISCALÍAS
OFICINAS DE RECAUDO DE SERVICIOS PUBLICOS
OFICINAS DE INSTRUMENTOS PUBLICOS
JUZGADOS
DEPARTAMENTO DE IMPUESTOS NACIONALES
DEPARTAMENTO DE IMPUESTOS LOCALES
CONTRALORÍAS O AUDITORÍAS GENERALES DE LA NACIÓN
PROCURADURÍAS

Recursos Clave

Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

nuestros canales?

nuestras relaciones con los clientes?

nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos
Físicos
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
Humanos
Financieros
Procedimientos



Canales

A traves de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?

Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor?

Cuales son los mas rentables?

Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

fases del canal:

1. Crear conciencia
"Como creemos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?"
2. Evaluación
"Como evaluamos si que nuestros clientes conocen nuestra propuesta de valor?"
3. Compra
"Como sabemos permit que nuestros clientes compran productos o servicios especificos?"
4. Entrega
"Como sabemos asegurar nuestro Post venta?"
5. Fidelización
"Como sabemos entregando la propuesta de valor a los clientes?"



Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?

Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es mas:
Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing? Enfocado al valor?
Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium?

Ejemplo de características:
Costos fijos (Salarios, rentas, Utilidades) Costos Variables
Economías de escala Economías de alcance



4. Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?

POR EL MAS VALIOSO DE TODOS: SALUD Y TIEMPO

Actualmente por que se paga? Se paga igualmente pero el TIEMPO que se invierte es irrecuperable y no es justo.

Como están pagando? Los usuarios pagan presencialmente.

Como prefieren pagar? Indudablemente el pago via web es hoy por hoy MUY SEGURO y estamos seguros que con la experiencia de las cuarentenas y/o aislamientos Obligados por el COVID-19, se aprendió mucho sobre ese tema de pagos virtuales y ha gustado muchísimo ya que nos hemos dado cuenta que es seguro y práctico.

Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:
Venta de activo
Cargo por uso
Cargo por suscripción
Cargo de conetaje
Publicidad
Precios fijo
Lista de precios
Según características
Dependiendo del segmento
Dependiendo del volumen
Precios dinámicos
Negociación
Gestión del rendimiento
Mercado en tiempo real
Presamio/Aquiler/Arrengamiento
Subastas Licenciamiento

socialab



NOVEDADES