

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?
 Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
 Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
 Optimización y economía Reducir riesgos e incertidumbre
 Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



- Difusión entre los atractivos turísticos de la región.
- Constante actualización en las tecnologías aplicadas.
- Uso de tecnologías de última generación.
- Logística de distribución de códigos QR.
- Contacto con empresas locales de la provincia de Santa Cruz, Argentina.
- Estrategias de Marketing.
- Nuestros canales de difusión será la publicidad proporcionada por el Ministerio de Turismo.

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

Propuesta de Valor



Una alternativa para incentivar el turismo, brindado como opción la oportunidad de entrar a la nueva realidad digital a las pequeñas y medianas empresas de forma innovadora. Implementando tecnología de realidad aumentada en distintos puntos turísticos de la región con desarrollo de Marketing digital de alto impacto.
 Con el uso de la realidad aumentada brindaremos una nueva manera de interactuar con el entorno de los sitios turísticos con la ayuda de una aplicación móvil que se descargara mediante códigos QR ubicados en puntos estratégicos. Con esta aplicación se desplegara un asistente virtual turístico que acompañara a los usuarios durante su recorrido mostrando animaciones

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos 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

Canales



A través 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. Clarificar conciencia
 Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor?
 3. Compra
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
 4. Entrega
 Como proveemos servicio Post venta?
 Como podemos entregar la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta

Segmentos De Clientes



Pequeñas y medianas empresas del sector turístico y comercial de la región.

Personas que tengan acceso a un Smartphone con conexión a internet y entrada a los distintos puntos turísticos de la región.

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, propuestas 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

Fuente De Ingresos

- Cobro mensual por la publicidad a nuestros clientes empresariales ofertando paquetes de posicionamiento dentro de la aplicación, dichos paquetes tendrán distintos costos dependiendo el nivel de posicionamiento que la empresa esta dispuesta a contratar.
- Se tiene contemplada la posibilidad de crear un convenio con las instituciones gubernamentales para fijar un costo en el uso de la aplicación de lugares determinados.

