

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 riesgo e incertidumbre
 Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Contacto y negociación con productores locales.

Gestión y mantenimiento de plataforma ecommerce.

Marketing y publicidad para generar ventas.

Atención al cliente por canales digitales y compra asistida por WhatsApp.

Logística de envíos: movilidad propia en Río Gallegos y en el resto de Santa Cruz con la empresa Taqsa. Resto del país con Andreani.

categorias
 Producción
 Solución de problemas
 Plataforma / Red

Propuesta de Valor



Para productores de Santa Cruz:

Acceso para vender en nuestro ecommerce de productos artesanales 100% santacruceños, con Mercado Pago y envío gratis en Santa Cruz.

Fotografía de producto a cargo de MS.

Publicidad digital a cargo de MS.

Envío de mercadería gratis (convenio con tasa).

Para clientes:

Disponibilidad de una gran variedad de productos regionales/artesanales de calidad (escabeches, conservas, dulces, mermeladas, chocolates, bebidas, textiles, muebles y complementos, etc. no industrializados), hechos por productores locales de Santa Cruz.

Compra online con envío gratis en Santa Cruz (convenio con Taqsa).

Experiencia de consumo o uso de productos locales, generando compromiso con la economía social local.

Novedad
 Desempeño
 Personalización
 "Ayuda a hacer el trabajo"
 Diseño
 Marca/Status
 Precio
 Reducción de Costos
 Reducción de Riesgos
 Accesibilidad/ Conveniencia / Usabilidad

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/ Dedicado/ Auto Servicio
 Servicios Automatizados
 Comunitarios



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

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 creemos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como medimos si que nuestros clientes evalúan nuestra propuesta de valor?
 3. Compra
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
 4. Entrega/ Como podemos servir/ Post venta?
 Como podemos entregar la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta



Segmentos De Clientes

Cliente final:
 Personas que buscan productos santacruceños pero que hasta el momento solo pueden encontrarlos en ferias productivas o provinciales que se hacen pocas veces al año, y en este año no se pudieron realizar a causa del covid. Promoveremos la compra de productos santacruceños con el concepto de COMPRE LOCAL, que lo tengan en cuenta como opciones para consumo propio, para regalar, como ingredientes para preparación de platos típicos, etc.

Empresas e Instituciones: (buscamos venderles a gran escala para regalos empresariales).

Mercado masivo/ Nichos de mercado
 Segmentado
 Diversificado/ Plataforma múltiple



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/ Gastos, rentas, Utilidades/ Costos Variables
 Economías de escala/ Economías de alcance

Fuente De Ingresos

Ingresos a través de la venta online de productos. Algunos clientes compran a través del ecommerce y pagan con Mercado Pago. Otros a través de compra asistida por WhatsApp y les enviamos link de Mercado Pago. Y por último, están los clientes que hacen su pedido por WhatsApp o mensajes en las redes sociales y eligen pagar en efectivo a contra entrega. Estamos buscando financiación de empresas con programas de responsabilidad social, ya que su responsabilidad se Tenemos la idea de generar un club de suscriptores a los que por un abono mensual les enviaremos un box de productos santacruceños para comer y beber.

tipos:
 Venta de activo
 Cargo por uso
 Cargo por suscripción
 Cargo de comestaje
 Publicidad
 Precios fijos
 Lista de precios
 Según características
 Dependiendo del segmento
 Dependiendo del volumen
 Precios dinámicos
 Negociación
 Gestión del rendimiento
 Mercado en tiempo real/ Prestamo/ Alquiler/ Arrendamiento
 Subastas/ Licenciamiento

