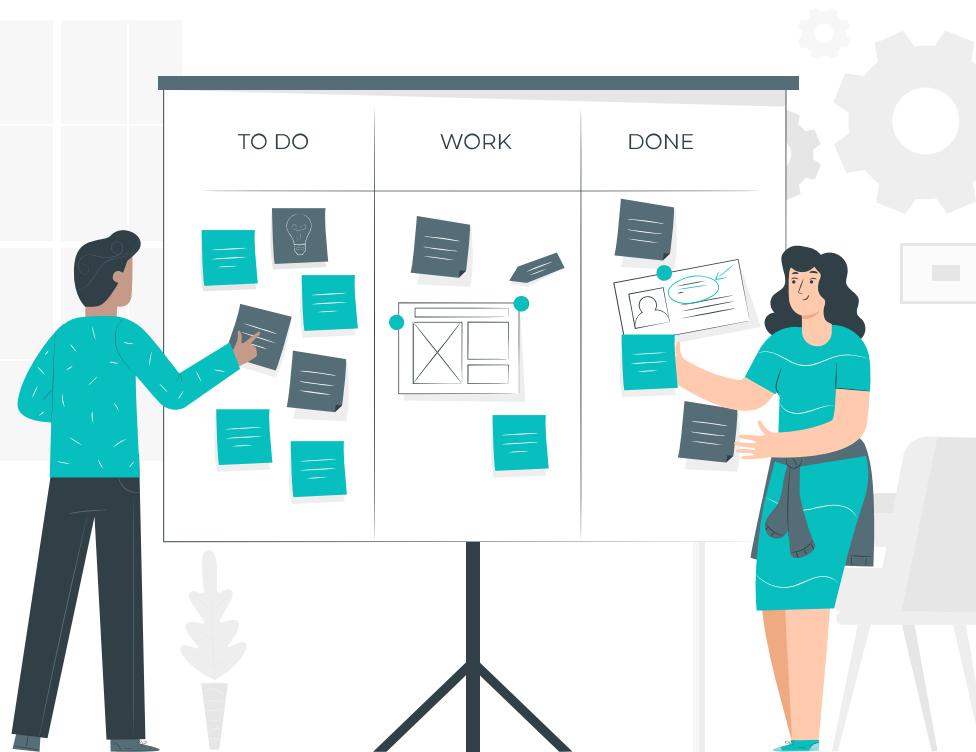


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado Entregable Equipo 301



¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- Pequeñas tiendas como la verdulería de barrio, y microemprendimientos son la oferta principal de productos.
- Gran variedad de rubros.
- La logística es realizada por fleteros (personas con vehículos pequeños de carga) que están parados por la cuarentena, y los repartos en bicicleta por personas que realizan labores informales diarias.
- El totalidad del pago del envío que figura en el pedido es adjudicado al repartidor.
- El usuario final puede programar una hora de entrega
- El usuario final realiza la búsqueda por producto, y en los resultados puede comparar los precios de las tiendas cercanas para una compra más conveniente.
- Ante un faltante del producto pedido, el negocio pregunta debe preguntar al usuario quiere un sustituto, y el usuario, puede aceptarlo o no (esta situación se puede dar a menudo, dado que los pequeños negocios no tienen un control muy minucioso del stock)
- Posibilidad de realizar pedidos para personas mayores que viven en otro domicilio. Una vez realizado el pedido, se dispara un llamado automático grabado al teléfono del adulto mayor, quien presiona 1 para aceptar el pedido o 2 para rechazarlo.

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

- Super Cerca proporciona instructivos y material de embalajes con branding de la app a los comercios, sus empleados y quienes hacen los repartos, para un correcto manejo de las mercaderías.
- Super Cerca propone también al usuario buenas prácticas de manejo de los paquetes recibidos para lo población de riesgo.
- Posibilidad de realizar pedidos para personas mayores que viven en otro domicilio.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Incluye a personas que viven del trabajo informal diario, permitiéndoles trabajar en el contexto actual de cuarentena
- Permite trabajar a PYMES que están paradas y con riesgo de quiebra, dándoles una ventanilla de venta online, una estructura logística para la distribución y un sistema de cobros y pagos electrónicos.
- Evita la especulación de precios, proponiendo una sana competencia entre negocios de mismo rubro.
- Difunde el consumo de productos locales, y pequeñas empresas.
- Posibilidad de realizar pedidos para personas mayores que viven en otro domicilio.



02 - Segmento de clientes

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

Consumidores: Personas De 16 a 60 años de ambos sexos, de ingresos medios, educación secundaria en adelante, que viven en ciudades medianas, grandes y muy grandes.

Pequeños negocios: Tiendas pequeños y microemprendimientos que no pueden acceder a vender de manera online. Las personas van desde los 22 a 60 años de ambos sexos, de ingresos medios, educación secundaria en adelante, que viven en ciudades medianas, grandes y muy grandes y que son responsables del establecimiento.

Fleteros y personas que viven del trabajo informal diario: Son toda persona que nos puede apoyar repartiendo la mercancía, quienes no cuentan con un trabajo fijo, son personas de 16 a 58 años (considerando que a partir de los 60 son un grupo vulnerable) de ambos sexos, de ingresos medios, educación primaria en adelante, que viven en ciudades medianas, grandes y muy grandes.

¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?

El diseño de la app es muy amigable e intuitiva con la finalidad de los consumidores muy grandes o muy jóvenes le resulte fácil su uso, la forma en decidir la una compra será con base a lo que necesita el consumidor final vs el costo más conveniente y la cercanía o prontitud de la ubicación del negocio. La persona que compra es quien tiene acceso a la validación del uso de la forma de pago, es decir al uso de la tarjeta de débito o quien administra el dinero en casa.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Como se ha estado trabajando contemplamos 3 tipos de personas involucradas, 1. El consumidor final, 2. El emprendedor, 3. El fletero que es uno de los canales de comunicación

03 - Canales

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

El principal medio de comunicación emprendedor-consumidor es a través de la plataforma, donde además de conocer los negocios cerca de tu comunidad, y que tienes posibilidades de comparar precios puedes tener acceso a una ficha técnica al negocio elegido donde tendrás acceso a datos como quienes el responsable, su correo, numero del establecimiento, redes sociales, etc.

Podemos lograr mayor impacto en redes sociales porque hay bastante gente en casa por ende el número de usuarios en redes sociales ha aumentado de manera considerable por lo que este medio puede ser un buen aliado.

Otro medio de comunicación es por medio de estrategias de mailing donde además de darnos a conocer y ampliar nuestro radio cobertura de la app nos permite ofrecer promociones o bonificaciones con el fin de alentar nuevos prospecto utilizar nuestra app.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si, principalmente las redes sociales porque la mayor parte de la población se encuentre en casa y es su medio de distracción.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

El producto se entregará literalmente en la puerta de su casa con toda norma aplicada según la app para reducir la probabilidad de contagio.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Comerciales no pero consideramos que la fase de la pandemia (según el país) pueda cambiar en fase 3 por lo tanto se retringiría a que solo lo productos o servicios básicos seguirán laborando.

04 - Relación con clientes

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

Con los clientes.

- Ofrecer un **servicio de calidad, confianza, seguridad** y transparencia, son unos puntos muy importantes para nosotros para exista la posibilidad de que una compra de un cliente se multiplique.
- Ofrecer al cliente la oportunidad de **calificar nuestro servicio** para con base a eso hagamos retroalimentación para mejorar.
- **Mejora continua**, este punto hará que ofrezcamos un servicio cercano a la excelencia.
- Saber escuchar, transmitir a nuestros consumidores que les damos una atención personalizada.
- Establecer objetivos
- Ser proveedores de soluciones
- Mantener estrecha comunicación directa con nuestro cliente
- Ofrecer recompensas y promociones exclusiva según el tipo de cliente

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

Una atención personalizada, una buena actitud de quien los atiende, una atención eficaz y eficiente, disponibilidad de los productos que necesitan, una app intuitiva, amigable y fácil de utilizar.

¿Tu relación con el cliente va a ser: -Personal, directa y por afinidad: cara a cara, telefónica... -Automatizada (email, buzones...) -A través de terceros o representantes -Individual o colectiva -Autoservicio?

La comunicación consumidor-emprendedor es primeramente a través de la app, si por algún motivo necesita un mejor contacto está contemplado que el comerciante tenga sus datos disponibles para un contacto por telefono, whatsapp (si cuenta con el), o correo.

La comunicación emprendedor-repartidor primeramente será a través de la app, después de entregarle la mercancía para repartirla será por teléfono hasta finalizar la entrega al consumidor.

La comunicación del consumidor, emprendedor o repartidor hacia nosotros será por medio de la app, un correo electrónico, o redes sociales.

05 - Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Se cobra una comisión al emprendedor de un porcentaje a cada compra pagada por el consumidor. Lo primordial en este punto es lograr alcanzar al número de emprendedores que en su conjunto podamos lograr el punto de equilibrio para cubrir los costos directos e indirectos que conlleva el mantenimiento de la app.
- Se cobra una comisión al costo de envío esto para no afectar a los ingresos del repartidor.
- Para la estrategia de redes sociales y mailing se contempla promocionar algunas marcas que resulten relevantes o que sean de mayor consumo en las compras que se hagan en app, para cobrar una comisión por promocionar sus productos por dichas estrategias, de esta manera no afectamos los ingresos de nuestros emprendedores.
- Realizaremos alianzas estratégicas con dependencias financieras, organizaciones de diversos rubros para economizar nuestros costos lo mayor posible.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Se realizarán por medio de transferencias bancarias, en caso de el cobro de comisión con el emprendedor será por medio de la misma app, donde se desglosan todas las compras hechas al establecimiento, el monto generado y el monto correspondiente a la comisión.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos? Para alentar el uso de “Super cerca” en la estrategia de mailing se tiene contemplado una “bonificación” para “x” día de compra en donde ese día se bonifiquen “x” cantidad de dinero vs “x” cantidad de compra.

06 - Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- El (los) emprendedor (es)
- El (los) consumidor (es)
- El (los) repartidor (es)
- Nuestros proveedores
- Nuestro propio equipo de trabajo

¿Qué recursos materiales necesitas?

- El embalaje que se otorgará a los emprendedores
- Un distintivo que el emprendedor pueda colocar en su establecimiento y permita saber que es parte de nuestra red
- Un distintivo para el repartidor que permita saber al consumidor que forma parte de nuestra red
- Equipo necesario para soportar las inclemencias del tiempo según la región para el repartidor y la protección del producto (paraguas por ejemplo)
- Una sede (o varias) de la plataforma
- Oficinas para los colaboradores

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- La plataforma (que es esencial para el proyecto)
- Material gráfico para las estrategias de mailing y redes sociales y publicidad en general
- Redes sociales
- Contacto con instituciones financieras para integrar opciones de pago
-

07 - Actividades clave

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

- a) Estar atentos para recibir el pedido del consumidor
- b) Ofrecer modalidades de pagos
- c) Esencial: una buena logística dentro del establecimiento para coordinar el pedido
- d) Coordinar el servicio de envío con el repartidor
- e) Muy importante: respetar el horario de entrega acordado
- f) Ofrecer modalidad de regreso o cambio de producto

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

En Super cerca

- Administrador (es) de la plataforma
- Equipo humano de call center para atención a los consumidores, repartidores y emprendedores
- Equipo humano para mantenimiento de la app
- Contador
- Abogado
- Equipo humano para ventas de la app

Con emprendedores

- Responsable del negocio
- Coordinador de entregas
- Organizador de listas
- Repartidor

08 - Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Nuestro proveedor de telecomunicaciones conjunto con el desarrollador de la app son claves para poder contribuir a un óptimo servicio para los consumidores, además otro proveedor clave es el de los embalajes ya que desde nuestro manejo de embalaje contribuimos al correcto manejo de material de trabajo.

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

Nuestros socios comerciales como las grandes marcas que llegasen a trabajar con nosotros llegaremos a mayor cantidad de gentes de la cual cuentan con nuestro perfil segmentado habrá posibilidades de captar más consumidores

¿Quiénes son mis aliados?

El respaldo de marcas reconocidas será muy importante, tengamos aliados para el desarrollo de contenido (marketing, publicidad, redes sociales, etc)

09 - Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

El costo y mantenimiento de la app

El branding del material físico para los emprendedores y los repartidores

Los costos de telecomunicaciones para una correcta base de comunicación entre nosotros

El desarrollo del material digital para orientar a los emprendedores, repartidores y consumidores el buen manejo de los productos apegados a las normas de higiene y seguridad

¿Recursos y actividades más costosas?

El desarrollo y mantenimiento de la app

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Comunicación a través de la app (pendiente por definir)

Redes sociales \$800.00MNX (Estimación de un rango de 3 estados aplicando nuestro segmento de mercado)

Estrategia de mailing \$2,900.00MNX

Telecomunicaciones \$1,000.00MNX