

QUO CREATIVOS

QUIENES SOMOS

Somos un equipo de trabajo multidisciplinario con ética profesional, encargado de generar vínculos entre los artistas o creativos y potenciales clientes, generando unión y una red de trabajo para todos por medio de un proyecto digital con el que se pretende aumentar las posibilidades laborales y profesionales de todos los vinculados.

MISIÓN:

Generar conexiones entre la industria creativa, otras industrias y/o el público en general para poder crear una economía sostenible.

QUE HACEMOS

Directorio virtual de la industria creativa. Aquí podrás encontrar todos los agentes de este sector económico Desde creadores, formadores, gestores, entre otros artistas.

PROPÓSITO

Nuestro punto de partida es la Unión de los artistas de corta, mediana y larga trayectoria, que tengan obra como producto o experiencias como servicio para ofertar al público general.

BUSINESS MODEL

1. **Cientes:** QUO CREATIVOS es un Marketplace de planes creativos y un punto de encuentro entre varios tipos de clientes. Los tipos de interacciones externo serían de 3 tipos:

- Comercio Locales y globales
- Profesionales creativos y artesanos

- comunidades

2. **Propuesta de Valor:** somos el banco de datos de la industria creativa global, que esta al servicio de todos los creativos y artesanos para realizar conexiones entre los mismo y los diferentes clientes que presentan necesidades dentro de los aspectos creativo

- Creativos y artesanos : crear planes y compartirlos: ¿hay algo que haces y no sabes cómo darlo a conocer? Con **QUO CREATIVOS** los usuarios pueden crear planes y compartirlos en la plataforma . Enterarse de quién va a los planes que interesan a los usuarios

- Negocios locales y profesionales: crear planes haciendo llegar estos eventos a un público más targetizado (a las personas que se encuentran cerca)

3.**Tipo de relación:** **QUO CREATIVOS** integra dos modelos de negocio B2C y C2C. La relación con los creadores de planes será de self service, pueden crear planes sin necesidades de acuerdos de partnership, ya que no cobraremos un % de los contratos realizados , sólo por la publicación de sus trabajos .

4.**Canal:** el canal de venta para los usuarios será la aplicación móvil. Además nos relacionaremos con los usuarios a través de la web www.quocreativos.com donde pueden dejarnos mensajes y ponerse en contacto con nosotros, redes sociales y emailing. Además realizaremos acciones offline para establecer relaciones con locales y autónomos.

5.**Fuentes de ingresos:** basaremos nuestros ingresos en el pago por plan creado y publicado en la aplicación. Cada plan costará XXXX siendo gratuita la descarga de la aplicación y su uso como usuario. En el segundo año lanzaremos la suscripción Premium, que en su lanzamiento incluirá 15 planes por XXXX así como el módulo de analytics comentado en la descripción del producto o servicio ofertado por la comunidad creativa . Además, lanzaremos la sección de destacados, por la que cobraremos un extra de XXX para aparecer semanalmente.

6.**Actividades clave:** centraremos los esfuerzos en la inclusión de funcionalidades en la aplicación de reputación online y analytics para

ayudar a los negocios y profesionales creativos sobre todo a promocionarse mejor y aumentar sus ventas. Además la labor comercial y de marketing será muy importante, ya que el éxito de **QUO CREATIVOS** se basa en que haya mucho contenido generado por los usuarios.

7.Recursos: el software desarrollado, las personas involucradas en el Desarrollo y el área de marketing serán los recursos clave.

8.Partners Clave: inicialmente la empresa será financiada por los socios fundadores de la empresa. Business Angels o empresas de Venture Capital pueden convertirse en una segunda fase en partners clave para financiar la empresa. Además contemplamos partnerships con empresas o administración pública que quieran utilizar nuestra plataforma para ofrecer servicios de valor añadido a sus clientes y actúen como canal.

9.Gastos: las mayores partidas de gasto irán al desarrollo de la aplicación móvil, el mantenimiento de la misma y las campañas de marketing para dar a conocer la aplicación y generar descargas.

VENTAJA COMPETITIVA

Nuestro elemento diferencial es que los artistas,. Creativos y artesanos pueden crear sus propios planes, integrando por tanto al usuario final, que también está dispuesto a crear planes y ganarse un dinero extra. Así, en **QUO CREATIVOS** conviven negocios físicos, profesionales, creativos,. Artesanos y empresas como elementos que forman parte del barrio y somos por tanto los primeros en integrar la economía tradicional y la colaborativa en una misma plataforma.

FODA

DEBILIDADES

- Necesario un alto volumen de transacciones
- No hay seguridad de la aceptación del modelo B2C y el C2C
- Poca experiencia del equipo en el sector
- Necesidad de inversión en mkt
- Marca nueva
- Empresa nueva sin historial comercial
- Escasez inicial de RRFF

FORTALEZAS

- Innovación del modelo de negocios integrando el modelo B2C y C2C
- Diferenciación de la propuesta de valor mediante la plataforma para la promoción de eventos
- Equipo con experiencia en espacios creativos
- Negocio escalable
- Control de la tecnología

AMENAZAS

- Ingreso de nuevos competidores
- Poca penetración aún en la economía naranja, Poca seguridad de aceptación
- EL desarrollo no es completo.

OPORTUNIDADES

- Una propuesta de valor que puede resultar atractiva entre los artistas
- Auge de la economía creativa
- Aceptación de parte de los artistas, creativos y artesanos de aplicaciones como este

PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA QUO CREATIVOS

En el siguiente bloque desarrollaremos el plan de marketing realizado para **QUO CREATIVOS**, analizando a la competencia y los segmentos de mercado, definiendo las propuestas de valor, identificando objetivos que queremos cumplir y definiendo cada una de las acciones necesarias para llevarlos a cabo.

3.1 - ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Este mercado tiene muchos competidores que estructuramos en los siguientes grupos:

- **Webs de entradas**
- **Webs de anuncios relacionados con arte y la cultura**
- **Aplicaciones móviles para artistas o creativos**
- **Redes sociales**
- **Aplicaciones móviles para el ocio**
- **Webs de ofertas**
- **Periódicos/Revistas/Blog**

Información general/Propuesta de valor: Atrápalo comenzó siendo una web de entradas de restaurantes y actividades de ocio que posteriormente, debido a su éxito, consiguió diversificar integrando billetes de avión, tren, cruceros, hoteles, alquiler de coches, etc. Basada en un modelo B2C, funcionan como intermediarios de negocios o empresas que ofrecen estos servicios, llevándose una comisión por cada ticket (transacción) vendido. Su éxito se basó en ser uno de los primeros intermediarios en el sector ocio integrando ofertas a precios más baratos, suponiendo en cierto modo el inicio de los llamados grupones. En la actualidad, han lanzado Atrápalo Restaurantes para competir con empresas como el Tenedor especializadas en restaurantes y que están teniendo un gran éxito.

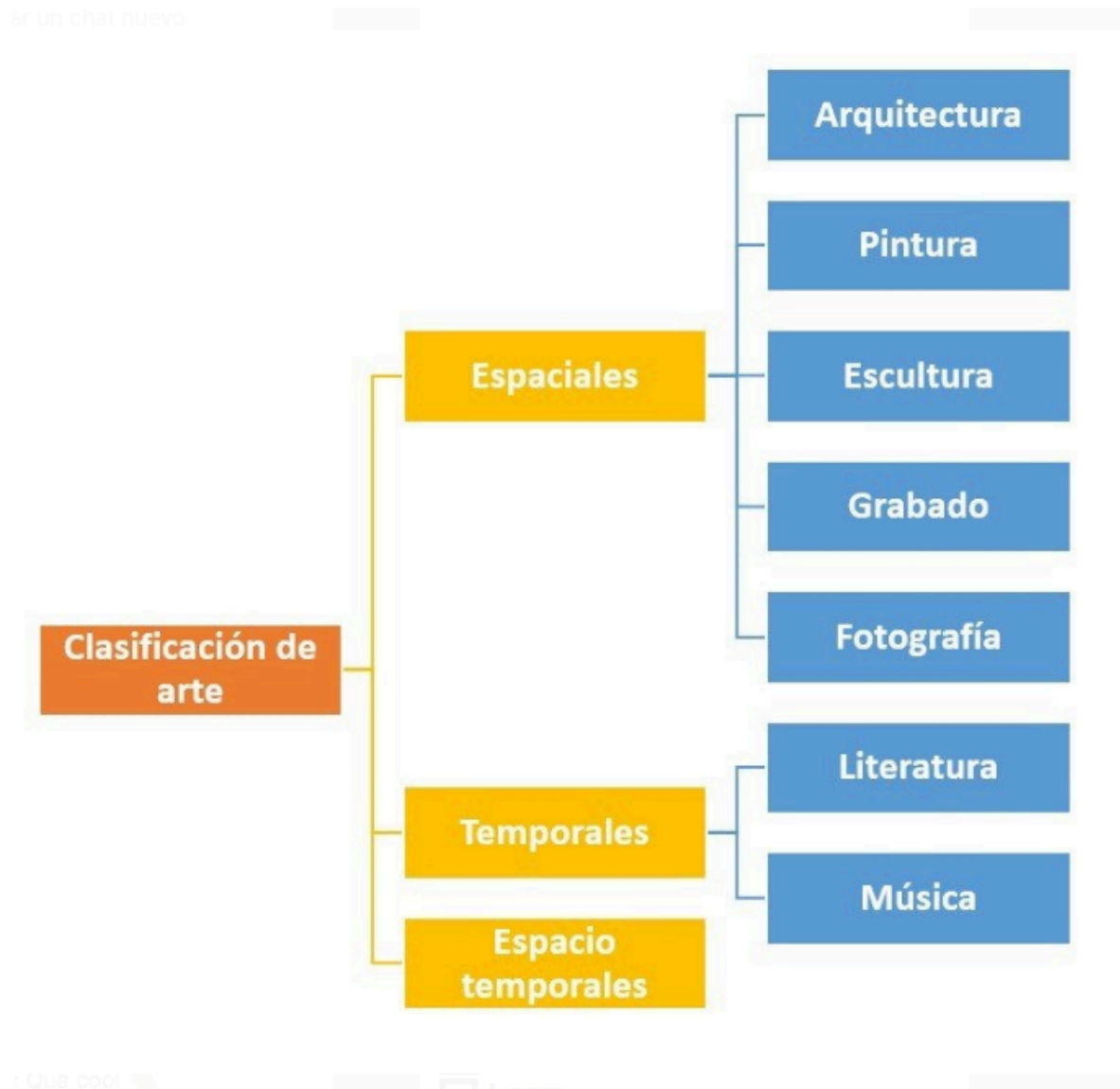
SEGMENTOS DE MERCADO

QUO CREATIVOS integra la economía colaborativa y la tradicional. En ese sentido, integramos dos modelos de negocio el B2C (business to consumer) y el C2C (consumer to consumer) o P2P (peer to peer). Nuestros vendedores y usuarios de la aplicación serán de tres tipos:

1. Negocios locales
2. Profesionales
3. Vecinos

USUARIO FINAL

QUO CREATIVOS integra la economía creativa. En ese sentido, integramos dos modelos de negocio el B2C y el C2C o P2P (peer to peer) como se denomina al modelo nacido con la economía colaborativa en el sector ocio y turismo.



IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS

El plan de marketing descrito a continuación se basará en los objetivos marcados en el plan de negocio original de **QUO CREATIVOS**. En principio había dos escenarios, uno optimista y otro realista.

- a) **Escenario a:** conseguir el primer año 40.000 descargas de la aplicación y 3.000 usuarios activos. El segundo año se incrementaría el total de descargas a 125.000 y el total de usuarios activos a 10.000.
- b) **Escenario b** conseguir el primer año 10.000 descargas de la aplicación y 1.000 usuarios activos. El segundo año se incrementaría el total de descargas a 50.000 y el total de usuarios activos a 3.000.

Nosotros utilizaremos el escenario b (realista), teniendo en cuenta que estamos trabajando en un proyecto de extrema incertidumbre, ya que se trata de un modelo de negocio nuevo, por lo que el plan de marketing se debe replantear cada poco tiempo en función los resultados y el aprendizaje.

Objetivos de negocio

Posicionar la APP de QUO CREATIVOS como referente para buscar oportunidades de trabajo y proyectos

Establecerse como canal para promoción de eventos en área metropolitana de LA

Objetivos estratégicos

Conseguir descargas de la APP

Conseguir, durante el primer año, 10.000 descargas de la aplicación de usuarios en LA..

Conseguir usuarios activos

Conseguir, durante el primer año, 1.000 usuarios activos, de las zonas metropolitanas de LA

Objetivos Tácticos

Dar a conocer la marca QUO CREATIVOS

Conseguir que los usuarios potenciales reconozcan la marca QUO CREATIVOS como una opción para buscar soluciones creativas .

Captación de tráfico al sitio web

Conseguir que los usuarios potenciales visiten la página web quocreativos.com

Maximizar % descarga APP desde web

Optimizar el sitio web para que los usuarios que visiten el sitio web se descarguen la aplicación móvil.

Captación de tráfico al blog

Conseguir que los usuarios potenciales visiten el blog de QUO CREATIVOS

Maximizar % suscripción email desde el blog

Conseguir que los visitantes del blog se suscriban a nuestro newsletter

Gestión del ciclo del lead

Optimizar la gestión de los leads conseguidos desde el blog para convertirlos en usuarios.

Conseguir descargas desde APP Stores

Conseguir que los usuarios potenciales encuentren y descarguen la aplicación móvil.

Maximizar % interacción en la APP

Optimizar la aplicación móvil para conseguir que los usuarios creen planes y se apunten a planes.

Fidelizar a los usuarios

Mantener una comunicación con los usuarios para mantenerlos como usuarios activos y recomienden QUO CREATIVOS

Objetivo Táctico: Dar a conocer la marca QUO CREATIVOS

Conseguir que los usuarios potenciales reconozcan la marca **QUO CREATIVOS**. como una opción para buscar propuestas creativas .

QUO CREATIVOS. es una marca de nueva creación, y ofrece un servicio innovador que no tiene una demanda específica, por lo que debemos llegar hasta el público objetivo en su hábitat digital para comunicarles el mensaje apropiado y darles a conocer que tenemos un servicio que les puede interesar.

Las acciones que llevaremos a cabo para conseguir este objetivo estarán enfocadas a usuarios que en principio no conocen **QUO CREATIVOS**. y no están necesariamente en búsqueda activa de propuestas creativas

Publicidad en Redes Sociales: Campañas de Branding

Estas campañas mostrará anuncios presentando la aplicación mientras los usuarios utilizan sus redes sociales de Facebook e Instagram. El objetivo será dar a conocer la aplicación. De momento no buscará la interacción directa ni la descarga, pero los banners enlazarán al sitio web para que los usuarios puedan ampliar información en el caso de que consigamos llamar su atención. Para ello, utilizaremos la herramienta de publicidad en redes sociales de Mailchimp.

Posicionamiento orgánico en buscadores: Búsquedas branded

Optimizaremos el posicionamiento en Google de la búsqueda “creativos”. Con esta acción no conseguiremos directamente llegar a nuevos clientes, pero lo incluimos en este punto porque lo que conseguiremos es facilitar la llegada al sitio web y la imagen de la empresa cuando los usuarios se interesen por la aplicación después de haber sido impactado con alguna de las acciones anteriores.

Publicidad Búsqueda Google Adwords: Búsquedas branded

Pujaremos por palabras clave que contengan nuestra marca **QUO CREATIVOS**.. Al igual que en la acción anterior en SEO, con esta acción no conseguiremos directamente llegar a nuevos clientes, sino facilitar que los usuarios que se

interesen por nuestra marca nos encuentren fácilmente, dando una imagen más profesional.

Prescripciones de usuarios: Boca a boca en redes sociales

Si somos capaces de que la experiencia de usuario en la aplicación sea buena, conseguiremos que los propios usuarios sean prescriptores de ella y la den a conocer gracias al boca a boca en medios sociales.

Objetivo Táctico: Captación de tráfico al sitio web

Conseguir que los usuarios potenciales visiten la página web quocreativos.com

Para intentar cumplir con este objetivo, estas son las acciones propuestas:

Publicidad Display Google Adwords: Campañas Performance y Remarketing

Las campañas performance estarán dirigidas a usuarios que están interesados en soluciones creativas dentro de la economía naranja . Para conseguir llegar a estos usuarios realizaremos una segmentación utilizando combinaciones de palabras clave (en sitios web), intereses y temas.

Para aprovechar al máximo nuestros esfuerzos en marketing, llevaremos a cabo varias campañas de remarketing con Google Adwords a través de las cuales mostraremos publicidad segmentada a los usuarios que ya han pasado por nuestro sitio web, con el objetivo de terminar de convencerles de que vuelvan al sitio web y se descarguen la aplicación.

Publicidad Búsqueda Google Adwords: Búsquedas transaccionales

Como explicaremos más adelante, al realizar la consultoría de palabras clave para el posicionamiento SEO y las campañas de búsqueda en Google Adwords, detectaremos keywords correspondientes a búsquedas proactivas de planes con intención transaccional, que serán las que utilizaremos para estas campañas, adaptando los mensajes y la página de destino a la intención del usuario.

Posicionamiento orgánico en buscadores: Búsquedas transaccionales

Optimizaremos el posicionamiento en Google para las keywords mencionadas en el punto anterior. A corto plazo será más difícil conseguir resultados, pero

con un trabajo continuo en SEO de optimización onpage y offpage, sumado a los datos proporcionados por las campañas en adwords, esperamos poder recibir tráfico con este tipo de búsquedas reduciendo la inversión directa en adwords.

Prescripciones de usuarios: Compartir en redes sociales

En la aplicación incorporaremos botones sociales para compartir los planes que los usuarios crean o a los que se apuntan para favorecer que ellos mismos den a conocer **QUO CREATIVOS**. a sus contactos en redes sociales, esperando conseguir que estos accedan a la página web a interesarse por los planes que crean o hacen sus amigos con la app.

Tráfico de referencia: Blog de QUO CREATIVOS. y páginas colaboradoras

A través de la generación de contenido de calidad en el blog de **QUO CREATIVOS**., esperamos conseguir visitas al sitio web principal. Además, estableceremos contactos con páginas web especializadas en el sector de la economía creativa para intentar que se hagan eco de **QUO CREATIVOS**. como una forma disruptiva para crear y encontrar soluciones creativas adecuadas a sus necesidades.

Email Marketing: Newsletters con planes recomendados

A través de nuestra estrategia de email marketing y lead nurturing, realizaremos envíos de newsletters con planes relevantes para los suscriptores, derivándoles al sitio web para consultar más información al respecto.

Objetivo Táctico: Maximizar % descarga APP desde web

Optimizar el sitio web para que los usuarios que visiten el sitio web se descarguen la aplicación móvil.

Sitio web de QUO CREATIVOS.: CRO, optimización ratio de conversión

Utilizando técnicas de CRO, a través de analítica web, segmentación, accesibilidad, usabilidad, optimización de CTAs o benchmarking, intentaremos maximizar el número de descargas de la aplicación desde el sitio web.

ANEXOS



QUOCREATIVOS

[Página principal](#)

[¿Quiénes somos?](#)

[Nuestros Creativos](#)

[Contácto](#)



oto



Bildschirmfoto



¿Quiénes somos?

SOMOS UN EQUIPO DE TRABAJO MULTIDISCIPLINARIO CON ÉTICA PROFESIONAL, ENCARGADO DE GENERAR VÍNCULOS ENTRE LOS ARTISTAS O CREATIVOS Y POTENCIALES CLIENTES, GENERANDO UNIÓN Y UNA RED DE TRABAJO PARA TODOS POR MEDIO DE UN PROYECTO DIGITAL CON EL QUE SE PRETENDE AUMENTAR LAS POSIBILIDADES LABORALES Y PROFESIONALES DE TODOS LOS VINCULADOS.

Nuestros QuoCreativos

Busca tu QuoCreativo aquí abajo en las categorías.

Bildschirmfoto

Diseño / Desarrollo Web

Artes Plásticas

Artes Escénicas

Artes Visuales

Artes Musicales

Artesanos



QUOCREATIVOS

[Página principal](#)

[¿Quiénes somos?](#)


[Nuestros Creativos](#)

[Contácto](#)



Diseño & Desarrollo Web

Bildschirmfoto


⋮

Luisa Fernanda Lizarazú
Aguilar

👑 Admin

Portafolio

Edit


⋮

Luisa Fernanda Lizarazú
Aguilar

👑 Admin

Portafolio

Edit

⋮

Luisa Fernanda Lizarazú
Aguilar

👑 Admin

Portafolio

Edit