

EXPONEXION



	Duración (días)	Responsable
Proyecto: EXPONEXION	155	
1. Ideación	4	
1.1 Formación del equipo	1	P. Viable
1.2 Establecer problemática	1	P. Factible
1.3 Realizar dinámica de brainstorming	1	P. Deseable
1.4 Selección de la idea a implementar	1	P. Deseable
2. Inicio	12	
2.1 Creación del acta de consitución del proyecto	5	P. Factible
2.2 Creación del EDT	1	P. Factible
2.3 Creación del cronograma de trabajo	1	P. Factible
2.4 Construcción de equipo de trabajo	5	P. Factible
3. Análisis	38	
3.1 Análisis de necesidades del mercado	3	P. Viable
3.2 Evaluación inicial	2	P. Factible
3.3 Recolección de información	16	
3.3.1 Focus Group	3	P. Viable
3.3.2 Encuestas	5	P. Viable
3.3.3 Recopilación de información primaria y secundaria	3	P. Viable
3.3.4 Analisis de la información	5	P. Factible
3.4 Factibilidad	10	
3.4.1 Tecnica	10	P. Factible
3.4.2 Operativa		P. Factible
3.4.3 Económica		P. Factible
3.4.4 Legal		P. Factible
3.5 Documento de análisis	7	
3.5.1 Especificación funcional	3	P. Factible
3.5.2 Requerimientos funcionales	2	P. Factible
3.5.3 Requerimientos no funcionales	2	P. Factible
4. Diseño	18	
4.1 Diseño detallado de la plataforma	10	P. Deseable P. Factible P. Viable
4.2 Diseño funcional de la plataforma	4	P. Factible
4.3 Diseño técnico de la plataforma	4	P. Factible
5. Desarrollo	30	P. Viable
6. Implementación	33	
6.1 Captación de participantes	20	P. Deseable
6.2 Presentación de la plataforma al mercado	1	P. Factible
6.3 Despliegue de la plataforma	2	P. Viable
6.4 Capacitación a los colaboradores	10	P. Viable
7. Pruebas	10	
7.1 Pruebas integrales	5	P. Factible
7.2 Pruebas de aceptación del usuario	5	P. Factible
7.2.1 Pruebas de UX	3	P. Factible
7.2.2Pruebas de UI	2	P. Factible
8. Monitore y control	10	
8.1 Informe de desempeño	5	P. Factible
8.2 Ajustes implementados	5	P. Factible

EXPONEXION

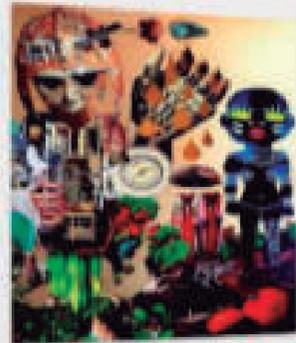


EXPONEXION

Un proyecto virtual para conectar empresarios emergentes del sector de las ideas, potenciando cada una de ellas desde su componente diferenciador, por medio de la unión transdisciplinar de diferentes creativos, como realizadores de vídeo, fotógrafos, publicistas, arquitectos, artistas, músicos, escenógrafos y diseñadores, para crear experiencias de marca que permitan no solo cerrar negocios, sino además crear redes de trabajo y vínculos con los diferentes clientes y participantes, rompiendo las barreras de contacto por medio de interacciones virtuales.

El valor de cada stand contempla los gastos de cada uno de estos servicios, que al ser compartidos por diferentes marcas o participantes, permite que sean más accesibles a emprendedores y pequeñas empresas, sin afectar la calidad.

SALÓN DE CREATIVOS



EXPONEXION



SALÓN DE CREATIVOS

El evento te da la bienvenida con una galería en donde se encuentra el portafolio y contacto de cada uno de los creativos que construyeron las ideas de cada marca, creando un ecosistema de ideas y sus realizadores, acercándolos a sus clientes futuros, por medio de la creación de redes de negocio. En este espacio no solo se muestran sus creaciones, se posibilita la interacción en tiempo real con cada uno de ellos.



SALÓN DEL CONOCIMIENTO

En este espacio los asistentes pueden acceder a testimonios de éxito de diversas marcas, al igual que hacer parte de conferencias con panelistas invitados para exponer diferentes temas relativos con el sector al que pertenecen.



SALÓN DE CONEXIONES

En el salón de conexión se encontraran las marcas participantes, en este punto los clientes se encuentran con las marcas que con anticipación reservaron sus citas y ademas se despliega un formulario con los criterios de búsqueda según las necesidades del sector, para posibilitar que los asistentes conecten con expositores que desconozcan, en este punto se pueden visualizar las calificaciones o likes que ha recibido cada una por los asistentes anteriores creando ademas un marcaton que permita saber a los expositores como los percibe el cliente.



SALÓN DE CONEXIONES

En el salón de conexión se encontraran las marcas participantes, en este punto los clientes se encuentran con las marcas que con anticipación reservaron sus citas y ademas se despliega un formulario con los criterios de búsqueda según las necesidades del sector, para posibilitar que los asistentes conecten con expositores que desconozcan, en este punto se pueden visualizar las calificaciones o likes que ha recibido cada una por los asistentes anteriores creando ademas un marcaton que permita saber a los expositores como los percibe el cliente.



Al ingresar al stand el cliente se encuentra con un vídeo inspiracional de contenido de marca, ejemplo <https://www.youtube.com/watch?v=2LY0-5xToGo>, después de dicha introducción el cliente entra al stand y se reúne con uno de los expositores en los que pueden ver sus productos y cerrar negocios en tiempo real.



Aprovechando el talento creativo que compone el equipo y las facilidades del mundo virtual, cada marca tendrá la posibilidad de crear su stand de manera que el diseño tenga el lenguaje de su marca y realmente cubra todas sus necesidades.



SALÓN DEL OCIO

En el salón de ocio se programaran diversos eventos dentro de la feria, en los que los participantes pueden ver conciertos de artistas emergentes, desfiles y demás manifestaciones artísticas en donde ademas ver los shows pueden conectarse con otros participantes.