

## 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



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?  
 Nuestros canales?  
 Nuestras relaciones con los clientes?  
 Nuestras fuentes de ingresos?

categorías  
 Producción  
 Solución de problemas  
 Plataformas / Red

1. - Crear una pagina web enlazando los artículos de una farmacia.
  - Una farmacia disponible para la implementación.
  - Contratación de una empresa de delivery que se encargue de las entregas
  - Crear una interfaz capaz de la administración del inventario actualizado de la farmacia
2. - Publicidad en Redes Sociales
  - Publicidad por televisión
3. - Virtual y por llamada
4. - Publicidad en la pagina web
  - Farmacia paga por el servicio



## 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



Que valor estamos entregando a los clientes?  
 Cual problema estamos ayudando a resolver?  
 Cual necesidad estamos satisfaciendo?  
 Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

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

1. Seguridad (al no exponerse al virus saliendo de casa y evitando aglomeraciones para las compras).
2. Necesidad de contacto físico obligatorio en la compra y venta de artículos farmacéuticos
3. Compra de medicamentos de forma segura.
4. El servicio de compra y paga por internet de artículos farmacéuticos.

Una farmacia tendría mayor clientela ya que las personas preferirían realizar un pedido resguardándose del virus, y el pedido sería entregado por medio de un delivery directamente a la ubicación del cliente.

## 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?

- tipos del canal:  
 1. Clear conciencia  
 Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?  
 2. Evaluación  
 Como evaluamos si que nuestros clientes vean 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 creamos entregando el producto de valor a los clientes?  
 5. Post Venta



## Segmentos De Clientes

Para quién estamos creando valor?  
 Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo Nichos de mercado  
 Segmentado  
 Diversificado Plataforma múltiple

1. Para las farmacias que adquieran nuestro servicio directamente, e indirectamente para los usuarios que aprovechen la plataforma.
2. Farmacias



## 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, Proposición de valor premium?

Ejemplo de características:  
 Costos fijos (Salarios, rentas, Utilidades) Costos Variables  
 Economías de escala Economías de alcance

## Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?  
 Actualmente por que se paga?  
 Como están pagando?  
 Como prefieren pagar?  
 Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:  
 Precios fijos  
 Precios dinámicos  
 Venta de activo  
 Lista de precios  
 Negociación  
 Cargo por uso  
 Según características  
 Gestión del rendimiento  
 Cargo por suscripción  
 Dependiendo del segmento  
 Mercado en tiempo real / Préstamo/Aquiler/Arrendamiento  
 Dependiendo del volumen  
 Subastas /Licensing

1. Cargo por uso y publicidad
2. Por el transporte a la farmacia
3. Están pagando en efectivo y con tarjeta
4. Mediana transferencia
5. La ganancia se basa principalmente en los anuncios dentro de la pagina web y un pequeño importe en los ingresos

