

### Socios clave



¿quiénes son nuestros socios clave?  
 ¿quiénes son nuestros suministradores clave?  
 ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?  
 ¿qué actividades clave realizan los socios?

**motivaciones para iniciar:**  
 - complementar recursos  
 - reducir costos de compra o de producción  
 - obtener recursos de experiencia o conocimiento

### Actividades clave



¿qué actividades clave realizamos?  
 ¿qué actividades clave realizamos para crear valor?  
 ¿qué actividades clave realizamos para reducir costos?  
 ¿qué actividades clave realizamos para diferenciarnos?

**clases de actividades:**  
 - actividades de producción  
 - actividades de distribución  
 - actividades de apoyo

1.-Desarrollar la plataforma  
 2.-Determinar el contenido en funcion a comparativos de otras plataforma .  
 3.-Integrar el look and feel  
 4.-Desplegar plan piloto  
 5.- Reformular  
 6.-Asociacion y plan de ventas

\*canal de distribucion es online 100%

\*relacion con los clientes:atencion de Soporte de linea directa en horario determinado  
 Acompañamiento durante la provision de servicio  
 Atencion automatizada de respuesta tipicas por whatsapp.  
 Co-creacion y revision de contenidos.

### Propuestas de valor

¿qué valor entregamos al cliente?  
 ¿cómo lo entregamos?  
 ¿qué actividades clave realizamos para crear valor?  
 ¿qué actividades clave realizamos para reducir costos?  
 ¿qué actividades clave realizamos para diferenciarnos?

**características:**  
 - novedad  
 - personalización  
 - adaptabilidad  
 - facilidad de uso  
 - accesibilidad  
 - seguridad  
 - confiabilidad  
 - sostenibilidad

1.-Un espacio seguro, apoyo integral,sostenible para los niños.  
 2.-el problema deficiencia academica de sus hijos, no tienen espacio para desestresarse.  
 3,-Producto:plataforma web educativo.  
 4.-son para los colegios para que los clientes tengan acceso a ello.

### Relaciones con cliente

¿qué tipo de relación genera que establecemos y mantenemos con uno de nuestros segmentos de cliente?  
 ¿cómo lo establecemos?  
 ¿cómo lo mantenemos?  
 ¿cómo lo mejoramos?

**tipos de relaciones:**  
 - personalizadas  
 - automatizadas  
 - asistidas  
 - de alto contacto  
 - de bajo contacto

### Canales



¿a través de qué canales queremos ser contactados nuestros segmentos de cliente?  
 ¿cómo los contactamos ahora?  
 ¿cómo están integrados nuestros canales?  
 ¿cómo funcionan mejor?  
 ¿cómo son más efectivos en costos?  
 ¿cómo los integramos con los canales de cliente?

**tipos de canales:**  
 - directos  
 - indirectos  
 - propios  
 - de terceros

### Segmentos de cliente



¿para qué segmentos de clientes creamos valor?  
 ¿cómo lo creamos?  
 ¿cómo lo mantenemos?  
 ¿cómo lo mejoramos?

**tipos de segmentos:**  
 - geográficos  
 - demográficos  
 - psicográficos  
 - conductuales

- Valor para los estudiantes.  
 -Clientes: b2b colegios privados.

### Estructura de costes

¿quiénes son los costos más importantes relacionados a nuestro modelo de negocio?  
 ¿qué recursos clave son los más costosos?  
 ¿qué actividades clave son las más costosas?

**tipos de costos:**  
 - costos fijos  
 - costos variables  
 - costos directos  
 - costos indirectos

### Fuentes de ingresos

¿cómo generamos ingresos?  
 ¿cómo lo generamos?  
 ¿cómo lo mejoramos?

**tipos de ingresos:**  
 - venta de productos  
 - venta de servicios  
 - licencia  
 - suscripción  
 - publicidad  
 - patrocinio

\* Los colegios estan dispuesto a pagar por mantener su funcion activa.  
 \* Para mantener los recursos y servicios(luz, agua,etc) del colegio.





MINISTERIO DE

PANAMERICAN

—