

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



- 1. Desarrollo tecnológico**
 Garantizar la correcta implementación y funcionamiento de todos los aspectos técnicos relacionados con la parte tecnológica de hardware, software y tecnología web en general tales como instalación, implementación, capacitación, soporte técnico, actualizaciones y mantenimiento preventivo
- 2. Diseño instruccional**
 Crear el contenido y recurso educativo partiendo de las pautas y sugerencias de los autores expertos, es decir los especialistas en cada temática a desarrollar
- 3. Administración del sitio**
 Administrar la plataforma desde el lado de administrador o webmaster interno del proyecto realizando las altas y bajas de usuarios, asignación de calendarios, configuraciones, etc.



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



REDA

Capacitación virtual como ventaja competitiva

Presentamos un concepto de formación moderno, eficaz e innovador a través de la Plataforma de Capacitación Virtual especialmente desarrollada para el dictado y gestión de cursos online.
 Brindamos a organizaciones la posibilidad de incorporar de forma ágil y sencilla capacitación en higiene y seguridad laboral dirigida a sus integrantes, o de mejorar la eficiencia de sus procesos internos ya establecidos.
 Desarrollamos una metodología propia que combina todo tipo de recurso multimedia con la capacidad de incorporar interactividad y comunicación. De tal manera, en la modalidad virtual, nuestros procesos de capacitación ofrecen importantes ventajas con respecto a los métodos tradicionales.
 Con una interfaz sencilla para los usuarios pero poderosa al mismo tiempo, la Plataforma Virtual REDA se presenta como un verdadero Sistema de Gestión de formación posibilitando que organizaciones conviertan a la capacitación en una ventaja competitiva

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
 Servicio Automatizado
 Servicios Automatizados
 Comunitarios



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?

fases del canal:
 1. Crear conciencia
 Como creemos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como sabemos si que nuestros clientes evalúan nuestra propuesta de valor?
 3. Compra
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
 4. Entrega Como presentamos servicios Post venta?
 Como sabemos entregar la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta

Segmentos De Clientes



Dentro del proyecto se consideran dos tipos de destinatarios:
 Por un lado la organización que será quien a partir de su desición acceda a recibir el Servicio. En este punto, el proyecto se dirige al tipo de organizaciones descritas en el punto 2 del Arbol del Problema Básicamente se consideran organizaciones pequeñas o medianas, de reducida estructura, sin antecedentes de realización de cursos de Capacitación a sus empleados. Asimismo, se identifican organizaciones de las mismas características, que ejerciendo acciones de capacitación ya sea en forma continua o esporádica, presenten dificultades sobre la implementación y desarrollo en dicho proceso.
 Por otro lado, se presentan no directamente como clientes pero si como destinatarios (usuarios) de las acciones de capacitación del proyecto, los empleados que componen las plantillas de dichas organizaciones pudiendo clasificarlos de la siguiente manera:
 1. Nivel superior (dirección, gerencias y jefaturas)
 2. Nivel intermedio (supervisión de línea y encargados)
 3. Nivel operativo (trabajadores de producción y administrativos)

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 más:
 Enfocado al control/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing) Enfocado al valor) Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

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

Fuente De Ingresos



La plataforma ofrecerá distintos planes que estarán determinados principalmente por: cantidad de cursos disponibles, cantidad de usuarios a dar de alta y vigencia o duración del plan
 El valor de cada plan será definido con un monto único y emitido en un presupuesto
 Una vez que el cliente acepte el presupuesto por un determinado plan, se inicia el proceso de prestación del servicio con el alta en el sistema
 Las condiciones de pago, serán las habituales utilizadas en el mercado