

Observación de cliente

1. Tareas del cliente

1. Averiguar cuáles son las medidas de seguridad que debe tomar
2. Entender cuáles son los procedimientos de sanitización
3. Comprender qué debe hacer si se siente mal
4. Identificar a quién debe dirigirse en caso de dudas o sospechas
5. Comunicar a otros sus síntomas
6. Transferir la información a otros
7. Tener información verídica en tiempo real.
8. Detección de si tu familiar está enfermo (síntomas)
9. Acceso inclusive.
10. Puntos de atención y/o información si estoy enfermo sin salir de casa.
11. Como solicitar alimentos, medicinas entre otros.
12. Como solicitar las ayudas que da el gobierno.



2. Dolores

1. No sea intuitivo
2. No sea inclusive
3. No tenga información adecuada, ni en formato ni ad hoc a sus necesidades.
4. No hay herramientas especializadas para una persona con debilidad visual o auditiva en condiciones de confinamiento (stay-at-home): entretenimiento, emocionalidad, ejercicio.



3. Beneficios

1. Ser incluidos dentro de los grupos de enfoque para recibir información complete para las medidas de prevención contra el COVID.
2. Tranquilidad emocional
3. Anclar la app a las bases de información de cada ciudad.
4. Distribuir la información por diferentes medios de comunicación.
5. Mantenerse informado frente a cualquier lineamiento del gobierno.
6. Tener herramientas que ayuden a resolver diferentes problemáticas.



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

1. Contenidos en un lenguaje acorde a su condición
2. Herramienta con usabilidad intuitiva
3. Herramientas con diseño instruccional y pedagógico claro
4. Diseño de herramientas interactivas, visuales, y pedagógicas de acuerdo a las necesidades de la población.
5. Mayor impacto en medios tv, radio y en app.



5. Creadores de Beneficios

1. Categorización puntual de qué clase de información se puede encontrar.
2. Formatos simples
3. Focalizada por país
4. Beneficio



6. Productos & Servicios

1. App de AR que genere formatos con indicaciones y fuentes para el entendimiento y que produce códigos QR o links para la transferencia



01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- El lenguaje, el formato, el canal, y la información es acorde al contexto y condiciones de la audiencia.
- Es un medio de concientización.
- La app es offline, porque busca atender e INCLUIR a zonas rurales.
- Genera capacidades en las personas alrededor de nuestra audiencia.
- Estamos diseñando una medida para afrontar una pandemia actual

¿Consideraciones a tener en cuenta en contexto covid-19?

- Diseñar una plataforma amigable de fácil uso
- Accesibilidad off line
- Considerar o vincular una red de apoyo en la app
- Los recursos son limitados

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Estamos generando una iniciativa partiendo de una propuesta de inclusión a un segmento específico de la población al que hasta el momento no se le ha dado prioridad.

02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)

- Personas en condición de debilidad visual y auditiva
- Personas en localidades rurales
- Cualquier género y edad.

¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

03 – Canales

¿Qué medios y formas de contacto utilizaré con el cliente para que conozca mi producto o servicio?

Medios asequibles en zonas rurales, masivos, y recordación en zona rural.

- Televisión
- Radio
- Campañas

¿Son estos los medios usuales en el sector?

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

¿Existen restricciones comerciales para ello?

04 – Relación con clientes

¿Qué tipo de relaciones vas a establecer con tus consumidores/clientes?

- Generar cercanía a través de un lenguaje común
- Empáticos
- Solidaridad
- Amabilidad

¿Cuáles son los beneficios que influyen en el consumidor/cliente para que adquiera este producto o servicio?

- Acceso a la información de interés para afrontar la pandemia

¿Tu relación con el cliente va a ser: -Personal, directa y por afinidad: cara a cara, telefónica... -Automatizada (email, buzones...) - A través de terceros o representantes -Individual o colectiva -Autoservicio?

- Automatizada

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Ministerios de salud (ministerios en general)
- Crowdfunding

¿Cómo nos realizarán los pagos?

- Abierto, gratuito: La idea es que para el usuario final no implique costos

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Generar para los aliados publicidad con la cual llegarían a un nicho que probablemente no han impactado / identificado

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Traductor con discapacidad que valide la iniciativa
- Intérprete
- Un programador web/UX / App diseñador con enfoque inclusivo

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Plataforma web
- Software

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Logo
- Slogan

07 – Actividades clave

¿Cuales son las actividades claves que requiere la propuesta de valor?

- Desarrollo de app
- Recopilación de la información
- Categorización de la información
- Diseño y Desarrollo de campañas y contenidos inclusivos
- Validar y verifícas: contenidos, formatos y enfoques

¿Qué roles y funciones desempeñamos claves para la ejecución de nuestra propuesta?

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Entidades que agrupan a nuestras audiencias
- Ministerios de Salud
- Medios de comunicación
- Espectador
- Líderes comunitarios y Gobiernos autónomos descentralizados
- Ministerios relacionados (e.g. de Inclusión)

¿Qué socios pueden ser clave para conseguir llegar a nuestros clientes?

¿Quiénes son mis aliados?

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Diseño y Desarrollo de App
- Tiempo aire (radio y TV)
- El fee del interprete
- Creador de contenido
- Diseño gráfico
- Pautas de campañas en Social Media

04. Postulación final

Diseñar un app offline de código abierto dirigida a población en condición de discapacidad auditiva y visual en zonas rurales que les provea información y herramientas ajustadas a sus propias necesidades de cuidado y atención y útiles para:

- Prevenir*
- Cuidar*
- Identificar*
- Atender*

Además, diseñar una estrategia de comunicación masiva -a través de radio y televisión- que genere recordación entre la población beneficiaria y la red de apoyo de esta

