

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 riesgo e incertidumbre
 Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

- **Conocimiento y experiencia del lugar a visitar, gestión permisos y habilitaciones.**
- Nuestros canales?
- **Secretaría de turismo, paginas web, redes sociales, canales de comunicación comunitaria (Radios, Canal de la zona)**

Nuestras relaciones con los clientes?

- **Relación directa e indirecta con el cliente.**

Nuestras fuentes de ingresos?

- **Tarifas accesibles de excursiones, travesías, acampe.**

categorías
 Producción
 Solución de problemas
 Plataformas / Red

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?

- **Crear una conexión con la naturaleza personalizada (Turismo a la Carta: Novedoso).**

Cual problema estamos ayudando a resolver?

- **La economía regional y turística.**

Cual necesidad estamos satisfaciendo?

- **Satisfacer la necesidad de las personas a relajarse, distraerse, viajar, conocer nuevos lugares con precios accesibles.**

Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

- **El paquete de servicios a ofrecer sería: Alojamiento, traslado, servicio de Guía y/o escolta con vehículo, almuerzo y merienda durante la excursión.**
- **Nuestro clientes serían inicialmente locales, publico en General, individual, grupo familiar.**

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

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 traves 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 creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen 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 asistimos entregando la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta

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, mixtura 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



Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?

- **Cargo por uso, precios fijos según características.**

Actualmente por que se paga?

- **Actualmente no se paga porque no existe este tipo de propuestas personalizadas, con guía, espera, escoltado, asesoramiento, etc.**
- **Lo que se paga excursiones a grupos o contingentes, no personalizados a grupos reducidos.**

Como están pagando?

- **El pago (otras excursiones) se realiza con todos los medios de pago (Tarjeta y efectivo en pesos argentinos).**

Como prefieren pagar?

- **Preferentemente con tarjetas y en cuotas.**

Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

- **El porcentaje de cada fuente de ingreso es:**
- **Traslado: 80%**
- **Guía: 20%**

tipos:
 Venta de activo
 Cargo por uso
 Cargo por suscripción
 Cargo de corretaje
 Publicidad

Precios fijos
 Lista de precios
 Según características
 Dependiendo del segmento
 Dependiendo del volumen

Precios dinámicos
 Negociación
 Mercado en tiempo real
 Subastas
 Licenciamiento