

01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Somos una red social que promueve la creatividad, la innovación y el arte compartido con otros. Transformamos el concepto de una publicación en la experiencia de crear arte.

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

Aplicar la creatividad y hacer arte desde casa para compartirlo con otros es posible y aconsejable durante el aislamiento social para proteger la salud mental.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Ayuda a reducir los niveles de cortisol en el organismo, hormona asociada al estrés, y la ansiedad de personas en aislamiento social, al mismo tiempo que se promueve la actividad artística, la creatividad y la innovación, acciones que finalmente contribuyen al desarrollo y avance de la sociedad.

02 – Segmento de clientes

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

Nuestros clientes pueden pertenecer a ambos sexos, con edades entre 35 y 60 años.

Principalmente de entorno urbano, trabaja de forma presencial u online.

Estudios superiores o técnicos

Cuenta con computadora, tableta, o smartphone

Tiene acceso a internet en casa

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

El consumidor usuario de la red social puede ser hombre o mujer, entre 35 y 60 años, con estudios superiores o técnicos, trabajador en forma presencial u online.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Consumidor usuario (solo entra a la red social para usarla)

03 – Canales

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

Redes sociales como Facebook, instagram, twitter, whatsapp, email marketing y "marketing de voz a voz en el reencuentro al finalizar la Pandemia

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Sí

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Digitalmente (www.salud-arte.org/net) y mediante Google Play (android) y App Store (Iphone). Los productos y/o servicios gratuitos (tutoriales para principiantes, cursos para avanzados, fotografías, pinturas, etc) pueden entregarse en formato video, audio o PDF previo acuerdo del autor/proveedor..

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Por ser una plataforma online sus servicios (talleres, cursos) al igual que productos (fotografías, pinturas, etc) son digitales por lo que restricciones de licencias aplican.

Internamente en la red social existe un acuerdo de privacidad/consentimiento en el uso de los contenidos compartidos (derechos y protección de autor.)

04 – Relación con clientes

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

Es una relación cálida, amena, el consumidor se va a sentir apoyado e involucrado en el proyecto.

El usuario debe de sentir que ella/él son creadores de arte

Tendrá respuesta rápida a sus dudas e inquietudes dentro de la plataforma

Sentido de comunidad entre los usuarios

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

El cliente va a adquirir esta app ya que más que una red social, el/ella la siente como una red de apoyo en la que encuentra diferentes personas con las que puede interactuar desde un gusto mutuo.

Es un espacio para escapar de la cotidianidad, sumergirse en sus aficiones y explorar nuevas habilidades.

¿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 (interacción en la plataforma), e emails (para verificación de datos, activación, etc).

Mediante videos de expertos en la materia

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Anuncios en la plataforma para mantenimiento de plataforma

Donativos de organizaciones/empresas/fundaciones para mantenimiento de plataforma

Eventos de recaudación

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Paypal, Transferencia electrónica

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Sponsor gold con espacio/frecuencia de difusión premium en la plataforma y envío de news letters del sponsor a los miembros

Sponsor plata con espacios en secciones determinadas

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Artistas o escuelas de arte o universidades con áreas de arte que puedan generar algunos contenidos de inicio de cada categoría de arte en la plataforma/red social y que ofrezcan los primeros tutoriales)

Diseñadores gráficos

Programadores

Community manager o administrador de plataforma

Organizaciones que deseen difundir soluciones ante CoVid19 / redes de apoyo para salud mental

Estudiantes que realicen servicio social o prácticas profesionales para manejo de chats, dudas, asesorías

Consultor/enlace en términos de copyright o consentimiento de uso de contenidos

Equipo consultor o curador de contenidos de plataforma

Director / Directora de Proyecto

¿Qué recursos materiales necesitas?

Registro del dominio

Equipo de cómputo y telefonía

Servidor

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Confiabilidad

Multiculturalidad

Red de contactos

Conocimiento y experiencia en plataformas y arte

07 – Actividades clave

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

Diseño estructural y visual de la plataforma/red social

Generar contenido de inicio

Promoción y difusión de la plataforma

Generación de estrategia de relaciones con aliados (escuelas arte, artistas, universidades, organizaciones)

Establecer la administración de la plataforma

Planeación del Proyecto (Plan Estratégico)

Brindar soporte técnico a los usuarios

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

Desarrollo tecnológico a través de una interfaz sencilla

Departamento legal

Gestión/administración de la plataforma

Marketing y relaciones públicas

Prácticas sociales / voluntariado

Área de Soporte técnico y atención al usuario

Recaudación de fondos y finanzas

Consejo consultivo de contenidos/plataforma

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Desarrolladores, programadores y diseñadores.

Empresas de Hosting, dominio y capacidad de almacenamiento virtual.

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

Empresas que ofrezcan planes de bienestar

Programas de televisión que informan temas relacionados al Covid-19

Influencers relacionados al arte

Startups, pymes y empresas grandes.

¿Quiénes son mis aliados?

Escuelas de arte

Universidades con especialidades en artes

Artistas de diferentes disciplinas

Organizaciones que promueven la salud mental y emocional

Laboratorios creativos

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Creación y mantenimiento de la plataforma

Administrador/a de la plataforma

Diseño de identidad verbal y visual de la marca Salud-arte

Difusión de la marca (marketing)

Compra del dominio

Fees de consultoría

¿Recursos y actividades más costosas?

Creación y mantenimiento de la plataforma

Lanzamiento y promoción inicial

Fees de consultoría

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Compra y renovación del dominio

Servidor de la plataforma