

Proyecto

KeyBand

Grupo
11th

"Lean Canvas"

Hito: 1
Fecha entrega: 21-09-2016
Versión: 1.0

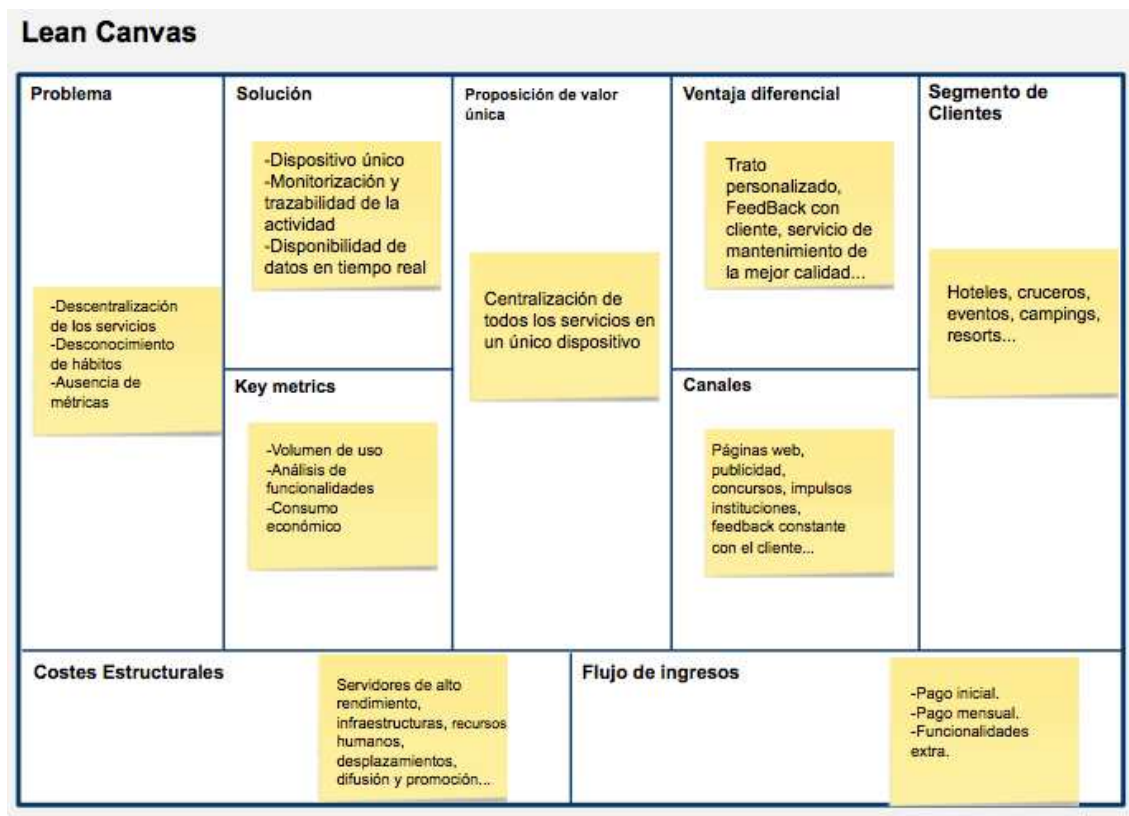
Componentes:

- **Andreo Vilaplana, Pedro Samuel**
- **Castro Sola, Sergio**
- **Gallud Mora, Fernando**
- **García Garabal, Alberto**
- **Sánchez Marín, Juan**
- **Villar Canales, Pablo**

Descripción del proyecto: *descripción general del sistema a producir.*

‘KeyBand’ es un sistema enfocado a servicios hoteleros, cruceros u otros similares que facilita la capacidad de gestionar y monitorizar la actividad de sus clientes durante sus respectivas estancias.

A su vez, brindará a los clientes de estas empresas distintos servicios llevando encima únicamente una pulsera inteligente con NFC. Estas prestaciones incluyen desde acceder a habitaciones o estancias determinadas del establecimiento, hasta realizar pagos sin necesidad de llevar encima dinero en efectivo.



SEGMENTOS DE CLIENTES:

Cadenas hoteleras, compañías de cruceros, organización de eventos, parques temáticos y similares, en general, cualquier servicio que necesite un control de acceso.

PROBLEMAS:

1-. Descentralización del acceso a los servicios

Actualmente estas empresas requieren distintas formas para acceder a los servicios. Por ejemplo en un hotel convencional el acceso a la habitación se hace mediante tarjeta/llave , el servicio de habitaciones por teléfono y una excursión se reserva en recepción.

2-. Desconocimiento de los hábitos de los clientes.

En la actualidad, el gerente de este tipo de empresas no tiene conocimiento total de en qué instalaciones o actividades invierten el tiempo los clientes o cuales son las más atractivas e interesantes para los distintos tipos de clientes.

3-. Ausencia de métricas estadísticas y datos en tiempo real.

Las personas encargadas de gestionar estas empresas no tienen disponibilidad de datos en tiempo real, normalmente han de esperar al final del ejercicio anual o mensual para conocer el flujo de actividad y estado de cada estancia, pudiendo tomar decisiones y redistribuir recursos de forma inminente.

PROPOSICIÓN ÚNICA DE VALOR:

Centralización de todos los servicios y accesos en un único sistema el cual permite a la empresa llevar una gestión integral de la actividad del cliente durante el periodo del servicio.

SOLUCIÓN:

1 - El sistema permite al cliente unificar todos los accesos, pagos y servicios en una única plataforma potente, flexible y fácilmente escalable.

2 - Monitorización y trazabilidad de la actividad de los clientes permitiendo a la empresa recoger datos y estadísticas, basando en esto las decisiones a tomar respecto a la ampliación/mejora del catálogo de servicios y las infraestructuras

3 - Conocimiento de los datos en tiempo real facilitando la toma de decisiones a corto o medio plazo evitando la aparición de posibles problemas y aportando soluciones de forma inmediata.

CANALES:

Difusión

- Web propia con un buen posicionamiento en buscadores.
- Publicidad no invasiva en el sistema (pulseras y apps).
- Redes sociales.
- Concursos.
- Impulso de instituciones públicas y/o privadas.

Fidelización

FeedBack constante con el cliente:

- Contacto directo por e-mail y teléfono.
- Alertas, reclamaciones y sugerencias dentro del sistema.
- Ofertas de funcionalidades extras con pruebas gratuitas.

FLUJOS DE INGRESO:

Venta directa del sistema:

Amoldar presupuesto a las funcionalidades que necesite el cliente (distintas tarifas).

1-. Pago inicial:

- Instalación y puesta a punto inicial.
- Personalización.
- Formación del cliente.
- Publicación de aplicación móvil en Google Play y App Store.

2-. Cuota mensual (pago por uso):

- Uso de la API (o licencia de app).
- Mantenimiento y solución a posibles problemas.

3-. Funcionalidades extras.

ESTRUCTURA DE COSTES:

Costes Fijos

- Servidores de alto rendimiento y dominios.
- Recursos humanos.
- Coste de instalación.
- Difusión y promoción del sistema (costes de adquisición de clientes).
- Infraestructuras (Oficinas u otros).

Costes Variables

- Desplazamientos y alojamientos.
- Dietas.

MÉTRICAS CLAVE:

Métricas propias:

- Volumen de uso de los distintos clientes
- Análisis de las funcionalidades más y menos utilizadas para explotarlas.
- Tipo de cliente potencial.

Métricas cliente:

- Uso de las estancias por horas, grupos de edad, nacionalidad, época del año etc..
- Consumo de diferentes tipos de productos.
- Uso de los distintos servicios.
- Consumo económico por cada perfil de sus cliente.

VENTAJA DIFERENCIAL

Trato personalizado con los clientes a los que además se les ofrecerán productos exclusivos y servicios de mantenimiento de la mejor calidad. FeedBack y fidelización con el cliente, innovación y desarrollo constantes, funcionalidades en tiempo real para garantizar una experiencia de usuario completa.