Nuestra startup llamado UrbanUser, el cual es un aplicativo de guía de rutas y transporte

SEGMENTO OBJETIVO

el segmento objetivo también puede ayudar a una empresa a comprender mejor las necesidades y deseos de sus clientes y a desarrollar nuevos productos y servicios para satisfacer esas necesidades.

* El primer segmento objetivo de UrbanUser está dirigido a personas con las siguientes características:
  + Edad: mayores de 13 años
  + Medio de transporte frecuente: Buses y combis
  + Trabajadores, estudiantes escolares y universitarios, personas de tercera edad y personas con habilidades especiales, etc.
  + Personas que cuenten con un dispositivo móvil
  + Clase media
  + Lugar de Residencia: Lima, Perú

* El segundo segmento objetivo de UrbanUser está dirigido a personas con las siguientes características:
  + Edad: mayores de 13 años
  + Medio de transporte frecuente: Líneas de Trenes
  + Trabajadores, estudiantes escolares y universitarios, personas de tercera edad y personas con habilidades especiales, etc.
  + Personas que cuenten con un dispositivo móvil
  + Clase media
  + Lugar de Residencia: Lima, Perú

COMPETIDORES: MENCIONAR PPT

ANALISIS COMPETITIVO

El objetivo del análisis competitivo es tener un mayor conocimiento de nuestros competidores. De esa forma, podremos mejorar las características de nuestra Startup.

VENTAJA COMPETITIVA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| UrbanUser ofrece información en tiempo real sobre el tipo de medio de transporte que eligió el usuario.  UrbanUser ofrece el importe a pagar dentro de la ruta establecida, así como también indicar las zonas de tráfico y zonas de calor en los paraderos para conocer la cantidad de personas. | Transit ofrece información en tiempo real, navegación, planificación de viajes, notificaciones y ahorro de dinero. | Moovit ofrece información sobre la accesibilidad del transporte público, lo que ayuda a las personas con discapacidad a planificar y utilizar los servicios de transporte de manera efectiva. | TuRuta ofrece 99% de información de transporte en Lima.  Alianza con empresas de transporte oficiales. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Estrategias de Marketing | - Redes sociales (anuncios en pag web, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram)  - Reparto de volantes, calcomanías en paraderos y anuncios en los medios de transporte  - Paneles y spots publicitarios  - Los primeros 500 en descargar la aplicación podrán acceder a la versión premium sin costo adicional por 3 meses. | - Publicidad en redes sociales( Anuncios Audiovisuales en Youtube, Twitter y Facebook) | - Publicidad en redes sociales( Anuncios en Youtube, Instagram, correos electrónicos)  - Canales de televisión  - Paneles publicitarios | - Publicidad en redes sociales(Videos de la app)  - Notas de prensa  - Página web sobre la aplicación.  - Si eres operador Bitel te ofrece la aplicación sin gastar datos. |

PRECIOS Y COSTOS - Todas son gratuitas

Canales de distribución

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Canales de Distribución (Web y/o Móvil) | Ofrece una aplicación móvil descargable para Android, iPhone y Windows.  Ofrece una cuenta de facebook en el cual se publican Q&A frecuentes sobre la app e información sobre la aplicación. | La aplicación Transit se puede descargar y utilizar en dispositivos móviles con sistemas operativos iOS y Android | La aplicación Transit se puede descargar y utilizar en dispositivos móviles con sistemas operativos iOS y Android, además se puede acceder mediante la web. | TuRuta ofrece una aplicación móvil en plataformas de descarga para Android y iPhone.  Ofrece una página web de información, atención al cliente y Q&A frecuentes. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Fortalezas | La interfaz de usuario es intuitiva y fácil de usar. | Cobertura global, precisión en tiempo, información de viaje en tiempo real, facilidad de uso. | Disponibilidad en todo el mundo, muestra información en tiempo real y cuenta con una interfaz amigable para el usuario. | Compromiso con el usuario, |
| Debilidades | La aplicación no cuenta con una cobertura tan amplia. Se centra netamente en Lima Metropolitana. | La aplicación no tiene la capacidad de reserva de boletos o asientos en los servicios de transporte público. | La aplicación no se muestra eficiente ya que no muestra recomendaciones sobre tus rutas, solamente tenemos acceso a las rutas que queramos por cuenta propia, más no saber si esta es la más eficaz para nuestro viaje. | Tiene información desactualizadas |
| Oportunidades | La aplicación puede incorporar funciones de realidad aumentada para mejorar la experiencia del usuario. | Transit puede colaborar con empresas de transporte locales para ofrecer descuentos y ofertas especiales a los usuarios. | Moovit puede expandirse ofreciendo más funciones personalizadas. | Turuta puede expandir su base de usuarios añadiendo más ofertas. |
| Amenazas | La competencia en el mercado de aplicaciones de viajes y turismo es alta. | El aumento de la popularidad de los servicios de transporte privado y los automóviles eléctricos pueden reducir la demanda de transit. | Las nuevas tecnologías y aplicaciones pueden desplazar a Moovit en el futuro. | Cambios en la política del turismo y las regulaciones gubernamentales puede afectar de gran manera a Turuta. |

Estrategias y Tácticas frente a competidores

UrbanUser tiene como ventaja que tiene características de diferentes aplicaciones ya conocidas, y estas características complementadas hacen de esta app un gran competidor para todas ellas, pese a ello, algunas de nuestras desventajas serían aún no implementar la app para idiomas variados, solo para unos cuantos de los más hablados, y que no tendremos alcance internacional por ahora.

La mayoría de las apps que son nuestros competidores son gratuitas, pero no tenemos nada que perder respecto a ello, ya que la nuestra será gratuita de igual manera, le haremos un interfaz súper didáctica y fácil de manipular. Entre otras fortalezas que tengan las demás aplicaciones, son debilidades de otra, porque muchas tienen alguna función que otras no, y nosotros implementaremos muchas de las funciones en nuestro aplicativo para que sea un app completo y pueda sobresalir.

ENTREVISTAS – Mostrar y decir pequeños textos del resumen

**2.5.3  Análisis de Entrevistas**

Dentro de las entrevistas podemos evidenciar que los usuarios hacen uso del transporte público para dirigirse a su trabajo, universidad o por el mismo trayecto del día a día. Los entrevistados son personas de clase media y mayores de 13 años. Comparando los segmentos objetivos, más del 50% estaría dispuesto a hacer uso de un aplicativo de rutas, debido a que esto ayudaría a optimizar su tiempos y encuentran como una buena característica que la aplicación se adapte a las rutas que usa frecuentemente, dicho de otro modo, al estilo de vida que llevan. Por otro lado, nuestros entrevistados brindan diferentes puntos de vista al momento de escoger un medio de transporte, por ejemplo tenemos la rapidez y comodidad como principales, sin embargo también se comenta sobre los costos y la seguridad. Finalmente, en su gran mayoría encontramos aceptación acerca del pago del viaje a través de aplicativo y que escojamos como dispositivo clave los teléfonos móviles nos brinda gran alcance entre nuestro público, ya que hoy en día es muy común usar este tipo de dispositivos.

CONTINUAMOS CON LOS REQUIREMENTS ELICITATION & ANALYSIS

Needfinding

Permite diseñar y desarrollar productos y servicios que satisfagan las necesidades reales de los usuarios, mejorar la experiencia del usuario, reducir riesgos y diferenciarse de la competencia.

-Reconocemos la falta de organización al tomar un transporte público, causando esto la aglomeración de los pasajeros y pérdida de su tiempo.

-Ayuda en el manejo y distribución de los tiempos de cada uno de nuestros usuarios, haciendo así que puedan tener un mejor control de su tiempo y, a su vez, dejar atrás las largas colas de espera.

USER PERSONA POR CADA SEGMENTO OBJETIVO – Señalar las ppts

USER TASK MATRIX

Podemos observar la tabla que identifica las tareas específicas que los usuarios necesitan realizar para alcanzar sus objetivos en relación con un producto o servicio en particular.

Para ello evaluamos a nuestros User persona dentro de la tabla:

Ubicación de transporte: Por el usuario 1, vemos que tiene una frecuencia a menudo y una importancia alta debido a que quiere ver en donde se encuentra su bus. En cambio en user persona 2 tiene una importancia media debido a que los trenes pasan por un ruta ya predefinida.

Pagar a través de la app: A través del primer usuario vemos que a menudo y con importancia media quiere pagar a través de la app para ahorrarse tiempo al abordar el bus. Así mismo en el segundo user es más importante pagar por app debido a las largas colas de espera que se forman al pagar para abordar un tren.

Interfaz simple y amistoso:  El task matrix nos muestra 2 características la frecuencia como un uso frecuente(siempre) y la importancia como un uso relevante(alta), ya que el app tiene que ser comoda y facil de usar para no sobrecargar al user con demasiada información.

(explicar ppt)

EMPATHY MAP

ayuda a entender mejor al usuario, mejora la empatía con el usuario

(explicar ppt)

"as-is" y "to-be" (como es y como será) son herramientas importantes en el diseño de experiencias de usuario

ayudan a comprender el estado actual de las cosas (as-is) y cómo debería ser el estado futuro (to-be) para lograr los objetivos del proyecto.

identificar problemas y oportunidades de mejora

(explicar las ppts)

Muchas gracias por haberme escuchado, buenas noches.