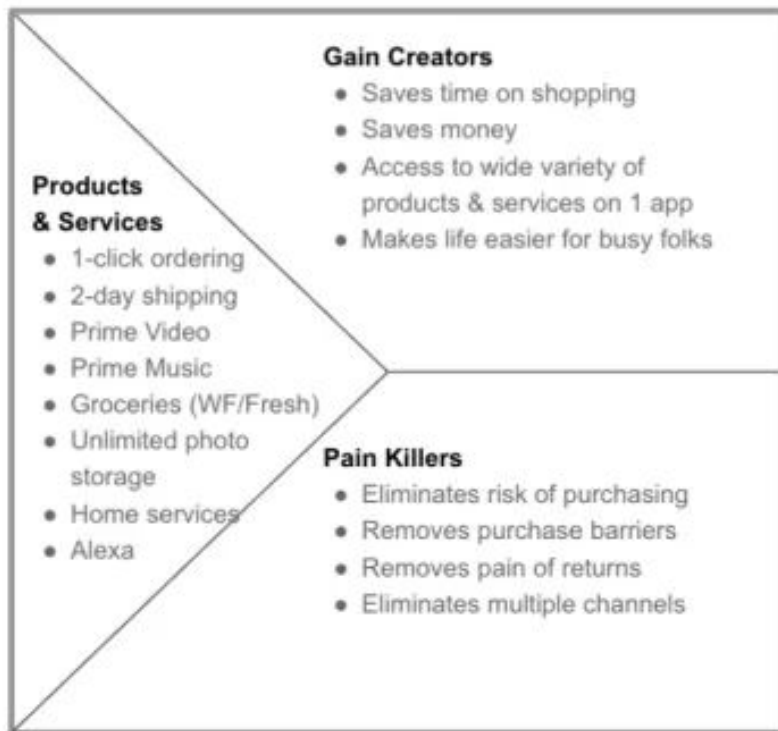


## Amazon Prime



### Ideal Customer

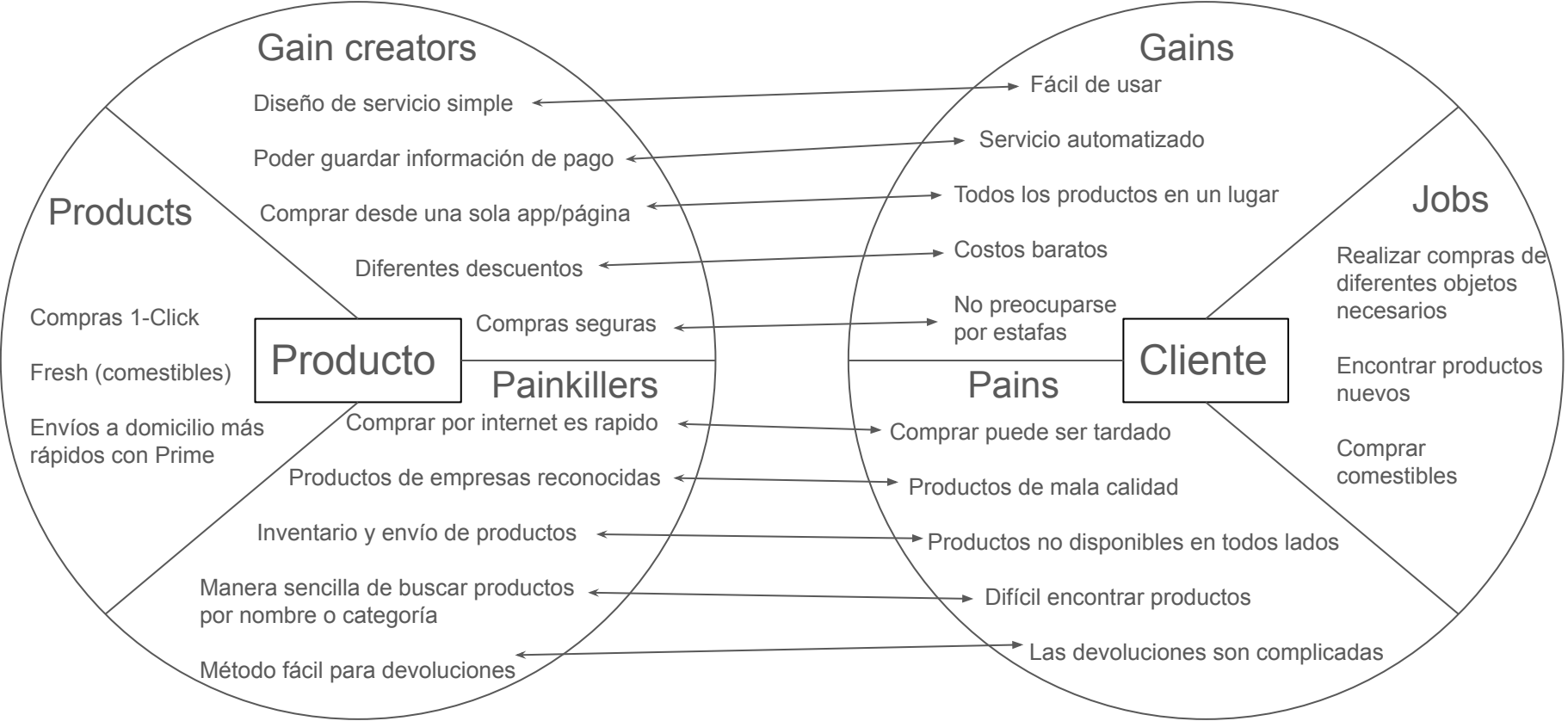
Pam Powershopper (view segments on next page)

## Customer



### Substitutes

eBay, Target, Instacart, Best Buy, Overstock, Netflix, Home Depot



# Documentación

Elegí a Amazon debido a que es una empresa popular y la función que cumple es una muy relacionada a la vida diaria de todos, ya que necesitamos comprar productos para nuestro bienestar además de comestibles. Y es más sencillo entender a los clientes. En mi versión solo decidí tomar a Amazon como venta de productos y no con todos sus servicios como en el original.

De los trabajos de la propuesta, yo creo que los más importantes son comprar comestibles y encontrar productos nuevos, esto debido a que los comestibles son muy importantes y cuando vamos a comprar queremos encontrar cosas nuevas que nos puedan interesar, además lo de ver videos es algo importante por toda la demanda de entretenimiento.

De las frustraciones, las que más me agradan fueron las de que comprar puede tomar mucho tiempo (ya que por lo general queremos terminar todo en poco tiempo), problemas en las devoluciones (las devoluciones por lo general son muy problemáticas o lentas) y la falta/insuficiencia de búsqueda (esto debido a que a veces poder querer productos o entretenimiento específicos y tener una forma sencilla y rápida de buscar es importante).

De las ganancias, las más relevantes para mi son rápido y fácil de usar (siento que si un producto no es intuitivo puede causar que muchos clientes no lo usen) y automatizado (esto nos permite poder usarlo en cualquier momento y hace la experiencia un poco más agradable).

Los generadores de alegría: ahorrar tiempo comprando ayuda a que sea rápido de cumplir (fast fulfillment) con las compras, ahorrar dinero ayuda a cumplir lo de precios bajos, tener acceso a varios servicios desde una aplicación es para que sea un producto fácil de usar y todo sea proveniente de un solo lugar y por último facilitar la vida de gente con negocios ayuda a todos las ganancias de clientes con negocios.

Los aliviadores de dolores: eliminar el riesgo de comprar ayuda a que se pierda el tiempo del cliente, quitar barreras de compras sirve para tener productos de mejor calidad y poder hacer mejores búsquedas, eliminar el dolor de los retornos es muy útil para hacer que los retornos no sean una actividad muy tardada y poco tolerable, y eliminar múltiples canales ayuda q que los clientes tengan acceso a diferentes contenidos desde un solo medio.