

#### LINKER

Jonathan Carrero Aranda Tomás Villaplana Soto

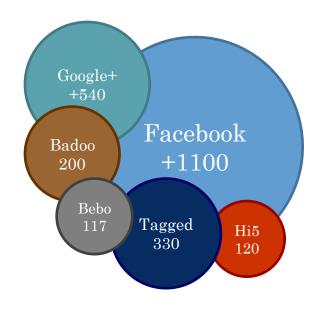
# ¡NÚMEROS!

LK

El 90,5% de usuarios de Internet utilizan buscadores diariamente.

El 87,6% tiene un perfil en redes sociales.





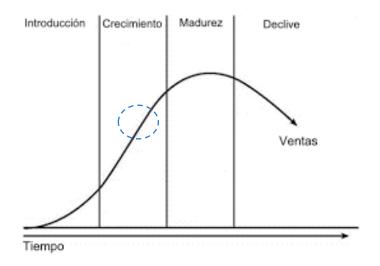
Inversión en Publicidad Digital es de 830 M€ en España y 12.000 M\$ en EEUU.

Existen **+1.083.800.000** páginas en Internet, donde +650.300.000 presentan tráfico diario.

## ¡MÁS DATOS!



- El mercado no es agresivo.
  - Las barreras de entrada no son muy altas, por lo que la probabilidad de nuevos competidores es elevada.
- Usuarios y clientes no se comportan de forma exclusiva:
  - 3,6 perfiles abiertos de media.
  - Marketing Digital diversificado.
- El ciclo de vida del producto se encuentra en la etapa de crecimiento.



#### LINKER

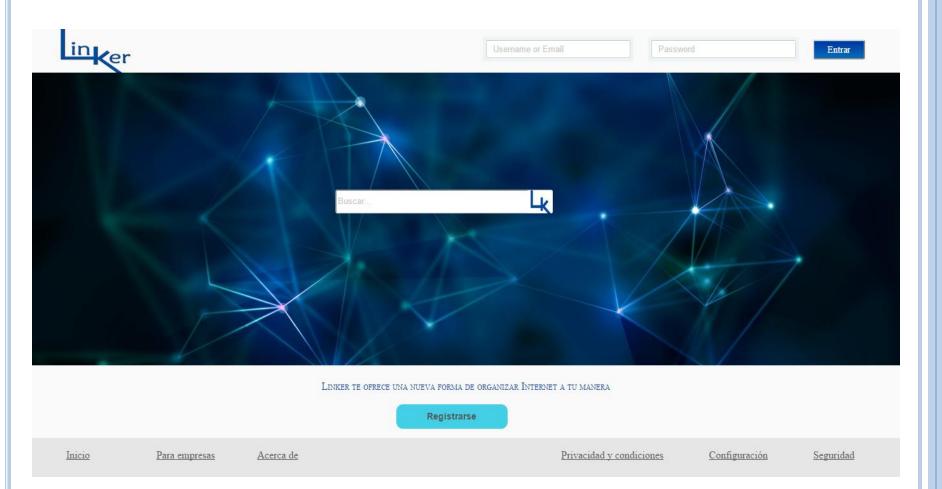


#### El **objetivo** de Linker es:

"Ofrecer a los usuarios la oportunidad de organizar Internet a su manera, y de participar en la creación de un buscador más fiable y eficaz basado en la opinión de Internet. Esto dará paso a la organización social de Internet mediante una única Web y a la suma de una capa social a todas las páginas de Internet valoradas."

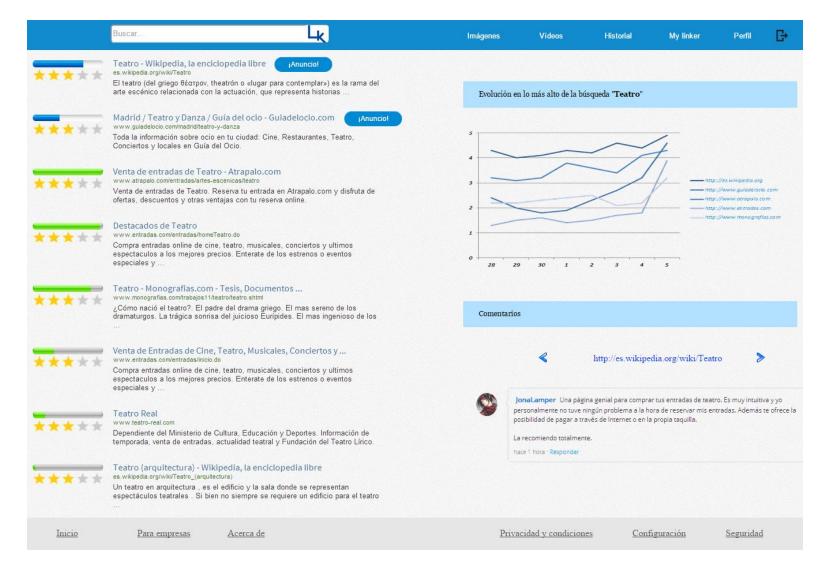
#### LINKER COMO BUSCADOR





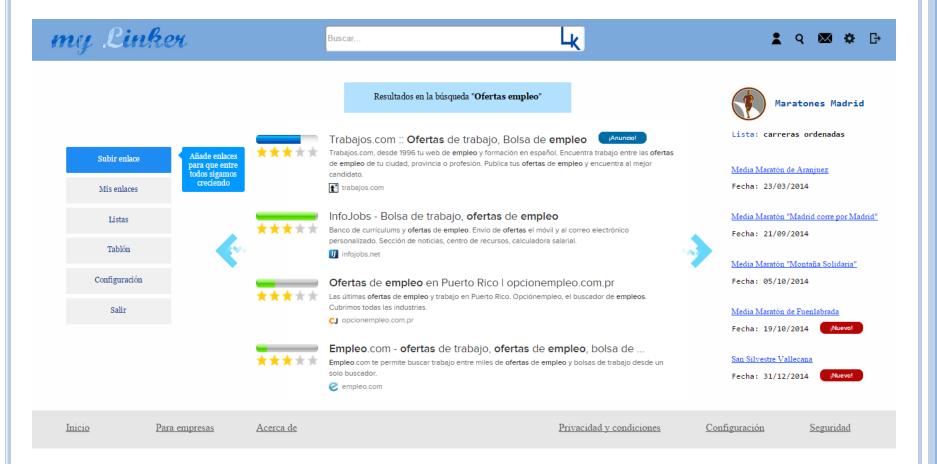
#### LINKER COMO BUSCADOR





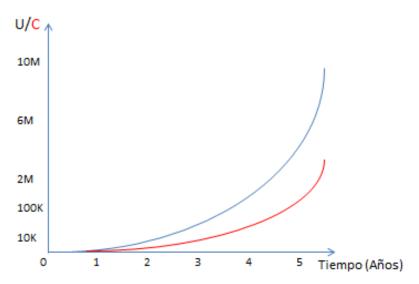
#### MyLinker – Página de Portada





#### CRECIMIENTO EXPONENCIAL





Evolución exponencial de usuarios y clientes.

Perseguiremos que al menos un 30% de los usuarios participen activamente en la valoración e incorporación de enlaces.

A corto plazo únicamente se contará con usuarios y cuando el número sea suficiente, se comenzará a tratar con clientes.

#### LINKER HOY



- El proyecto se encuentra en la fase final de desarrollo.
- Se lanzará un **piloto** en España en el primer trimestre de 2015.
- El equipo está formado por dos integrantes.
- Actualmente el proyecto se está desarrollando sin inversión económica.

Año 0	Productos	Lanzamiento	Integrantes	Inversión		
	2	2015	2	0 €		

### ROADMAP



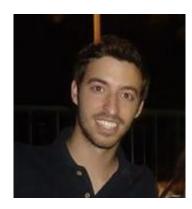
Cronograma general		2015						2016			
		Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	
Desarrollo del proyecto  Desarrollo del producto		Finalización del del desarrollo piloto Lanzamiento del producto									
• Estrategia Ofensiva: Aprender a gestionar el potencial crecimiento de la Web.											
Plan de Marketing											
<ul> <li>Estrategia Defensiva: Búsqueda de capital financiero y humano a fin de desarrollar el proyecto más rápido.</li> <li>Estrategia Adaptativa: Al necesitar una gran cantidad de usuarios, se llevará a cabo una estrategia de captación.</li> </ul>		Incorporación de									
		colaboradores (?)									
• Estrategia Agresiva: Potenciar en las campañas de marketing la participación activa de los usuarios.											

# EL EQUIPO





Jonathan Carrero Aranda



Tomás Villaplana Soto





Idea única en la red que fusiona tres de las mayores potencias actuales de Internet:







# MUCHAS GRACIAS

¿Preguntas?