

Business Model Canvas

Diseñado por:

jdacostabe y cgilb

Diseñado para:

eSport-Chase

En: 19/10/2021

Iteración 1

Partners Clave

Marcas de productos y servicios de gaming, para el desarrollo de publicidad.

Compañías dedicadas a la recolección de información de eSports para obtener gran parte de la información

Alianzas con las desarrolladoras de videojuegos y promotoras de los eSports para obtener información exclusiva.

Actividades Clave

- Diseño y desarrollo de la aplicación.
- Publicación y Mantenimiento de la aplicación.
- Marketing de la aplicación.

Recursos Clave

- Información en tiempo real de los eSports más relevantes
- Información sobre la estructura de ligas, equipos y jugadores.

Propuesta de Valor

Facilita el seguimiento de distintos eSports.

Se abordan múltiples eSports, permitiendo adaptarse a los intereses del usuario.

Se informa al usuario sobre sus intereses por medio de notificaciones

Relación con los Clientes

Se busca suplir las demandas de los clientes, para esto es necesario establecer una comunicación directa.

Canales de comunicación y distribución

- Play Store
- Redes Sociales
- Twitter
- Instagram
- TikTok
- Reddit

Segmento de Clientes

Mercado de Masas, segmentado por personas interesadas en los eSports

Seguidores de los eSports más populares, LOL, CS, Valorant.

Estructura de Costes

Costes Fijos:

- Salarios desarrolladores
- Mensualidades proveedores de información

Costos Variables:

- Costos de infraestructura (bajo demanda)
- Retribución pagos (GooglePay)

Ingresos

Aprovechando que los clientes están segmentados, se puede publicar productos para este público objetivo

Para algunos usuarios la publicidad puede resultar molesta, por un módico precio se puede eliminar.

eSport Chase: Canvas Modelo de Negocio

1. Segmento de mercado

- No existe un nicho de clientes definido, por lo cual la aplicación estará disponible para la masa en general, sin embargo dentro de esta masa se encuentra un posible segmento de clientes, que puede ser considerado el público objetivo de la aplicación, dicho segmento está dado por las personas de habla inglesa e hispana interesadas en los eSports.
- Uno de los objetivos de la aplicación será crecer paulatinamente, para hacer posible esto primero se abordarán los eSports más importantes (LOL, CS y Valorant) y luego integrar eSports menos populares, teniendo en cuenta esto surge un segmento de mercado definido por los seguidores de los eSports más populares, LOL, CS, Valorant.

2. Propuesta de valor

- Actualmente no existe una aplicación móvil, que permita a los seguidores de los eSports obtener información de manera clara y concisa sobre sus competiciones, equipos y jugadores favoritos.
- La aplicación cubre una gran cantidad de los eSports, esto permite tener suficiente información y recursos multimedia para adaptarse a las necesidades y preferencias de los usuarios.
- La aplicación aprovecha al máximo el sistema de notificaciones del dispositivo móvil, con ayuda de este se realizan recordatorios de eventos importantes y se muestra información relevante según los gustos del usuario, esto crea una cercanía con la aplicación y una comunicación entre el usuario y la aplicación.

3. Canales

- Dado que la aplicación será desarrollada en un primer momento para sistemas operativos Android, el principal canal de comunicación y distribución será la Play Store.
- Con el objetivo de crear una cercanía con el usuario, informar de los eventos y noticias alrededor de la aplicación, y recolectar la mayor cantidad de feedback, la aplicación tendrá una cuenta oficial en cada una de las redes sociales mas populares (Twitter, Instagram, Reddit, Facebook, TikTok, entre otros).

4. Relación con los clientes

- La aplicación buscar suplir una demanda de los aficionados a los eSports (su público objetivo o clientes), para entender de la mejor manera las características de la demanda y basado en esto construir y evolucionar la aplicación, es necesario tener una comunicación directa con los clientes, para conocer de primera mano su punto de vista.

5. Flujo de ingresos

- El público objetivo de la aplicación son personas interesados en los videojuegos, esto representa una segmentación de clientes muy específica, para sacar el mejor provecho de este escenario se crearán espacios dentro de la aplicación donde se pueda publicitar productos para este público en específico.
- Teniendo en cuenta lo anterior existirán anuncios dentro de la aplicación, los cuales ocupan espacio y permanecen cierto tiempo en pantalla, esto puede resultar incómodo para algunos usuarios, para solventar estos casos, el usuario tendrá la opción de pagar una mensualidad que le permita eliminar los anuncios y tener una experiencia aún más cómoda.

6. Recursos clave

- Uno de los aspectos diferenciadores de la aplicación es mostrar información en tiempo real de partidas y eventos a los usuarios, para hacer esto posible es necesario encontrar una fuente que recolecta y procesa dicha información de manera rápida.
- La información sobre las competiciones, equipos y jugadores de un respectivo eSport representa la estructura de la aplicación, es importante asegurar la confiabilidad y veracidad de este recurso.

7. Actividades clave

- La primera actividad clave de la aplicación será su diseño, en esta actividad a partir de los intereses de las partes interesadas se define una serie de requisitos y requerimientos, los cuales definirán un marco para la segunda actividad importante que es el desarrollo de la aplicación.
- Una vez se haya diseñado y desarrollado la aplicación, se deberán realizar las tareas necesarias que permitan publicar la aplicación en la play store, esta actividad deberá extenderse e involucrar tareas de mantenimiento que aseguren la disponibilidad de la aplicación.
- Con el objetivo de llegar al público objetivo de forma eficiente, se deberán poner en marcha estrategias de marketing.

8. Alianzas clave

- Para lograr monetizar la aplicación, gracias a los espacios definidos se deberán llegar a acuerdos y alianzas con distintas marcas de productos y servicios de gaming.
- La información es el recurso clave esencial en la aplicación, para asegurar dicho recurso se deben crear alianzas con compañías dedicadas a la recolección de información de eSports y afines.
- En pro de mejorar la calidad de la aplicación y la fiabilidad de esta, se buscará crear alianzas con las desarrolladoras de videojuegos y promotoras de los eSports para obtener información exclusiva y aprobaciones del contenido expuesto en la aplicación.

9. Estructura de costes

- **Costes Fijos:** En primer lugar se tienen una serie de costes fijos, que no varían en un periodo de tiempo definido (mensual), algunos de los costes son:
 - Salarios desarrolladores
 - Mensualidades proveedores de información
- **Costos Variables:** En segundo lugar se tiene una serie de costes variables, los cuales suelen variar o solo se realizan de manera esporádica, si bien estos no son fijos pueden ser calculados con anticipación.
 - Costos de infraestructura (bajo demanda)
 - Retribución pagos (GooglePay)