# Club Aventura

![image](<https://user-images.githubusercontent.com/32311089/39413975-83a96464-4bf7-11e8-8512-31d14c096c79.png>)

## Desarrollado para

[IMall Aventura]( https://mallaventura.pe/)

### \*\*PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN A CLIENTES DEL MALL AVENTURA\*\*

### \*\*Contexto\*\*

-Somos el nuevo Mall Aventura con presencia en 2 ciudades del Perú: Mall Aventura Santa Anita en Lima y Mall Aventura Porongoche en Arequipa. Desde julio 2016 venimos transformando momentos comunes en experiencias extraordinarias, junto a toda la familia Mall Aventura.

-Nuestra pasión es mejorar el entorno y la calidad de vida de las comunidades en donde nos establecemos, es así que en el 2017 nos hicimos acreedores del premio "Great Place to Work". La aventura que vivimos internamente también se refleja en todas las acciones para nuestros trabajadores.

-Mall Aventura, es el centro comercial líder en Lima Este y Arequipa. Los principales KPIs: Recordación, tráfico y ventas son positivos.

En Arequipa, el liderazgo responde a contar con la mayor oferta comercial, servicios y entretenimiento de la ciudad (frente a los otros 4 centros comerciales de la ciudad). En Lima, el liderazgo responde también a ser el único centro comercial con un mix comercial completo en esta zona de Lima.

La situación: la alta competencia en AQP y la próxima apertura de un competidor en Lima Este nos lleva a pensar en acciones de fidelización de clientes actuales. Además, de la necesidad de profundizar en el conocimiento que tenemos de nuestros clientes actuales para poder ofrecerles productos y servicios que se adecuen a sus necesidades.

### \*\*Idea de negocio\*\*

Un sistema de recompensas mediante la acumulación de puntos por visitas y/o compras.

### \*\*Público Objetivo\*\*

![image](<https://user-images.githubusercontent.com/32311089/39415388-591ca77c-4c08-11e8-9550-0ec808fa4ad8.png>)

![image](<https://user-images.githubusercontent.com/32311089/39415392-6b09465c-4c08-11e8-94a6-edc2535b4cc8.png>)

![image](<https://user-images.githubusercontent.com/32311089/39415397-7da395b0-4c08-11e8-9697-7dad883ecf6d.png>)

### \*\*Proceso de diseño\*\*

![image](<https://user-images.githubusercontent.com/32311089/39415555-542ef1be-4c0a-11e8-8b36-0c4761305d02.png>)

### \*\*DESCUBRIMIENTO E INVESTIGACIÓN\*\*

### \*\*Análisis de datos\*\*

-Se realizó el análisis de estudios de investigación de mercados realizados por IPSOS Loyalty: https://drive.google.com/drive/folders/18c4M\_TrrYpx4MmrtLprqUaTReh7Yg7wV?usp=sharing

1. Lima:

* Visitas anuales: 12 millones
* Género: 67% hombres / 33% mujeres
* 29 años en promedio
* NSE 39% B / 44% C
* Distritos de procedencia: Ate y Santa Anita
* ¾ de los visitantes viene al menos 1 vez a la semana.
* Visita principalmente Tiendas por departamento (principal), Paga servicios, va al supermercado y come en el patio de comidas.
* 65% llega en transporte público
* Principales atributos valorados: buen ambiente / buen servicio / limpieza./ variedad

2. Arequipa:

* Visitas anuales: 10 millones
* Género: 48% hombres / 52% mujeres
* 30 años en promedio
* NSE 66% A/B / 29% C
* Distritos de procedencia: Es regional con foco en Bustamante y Rivero y Paucarpata.
* ¾ de los visitantes viene al menos 1 vez a la semana.
* Visita principalmente Va al supermercado (principal), visita Tiendas por departamento, Paga servicios, y come en el patio de comidas.
* 42% llega en transporte público y 24% en taxi.
* Principales atributos valorados: Buen servicio / “es completo” / limpieza.

#### \*\*Entrevistas a profundidad\*\*

-Se realizaron entrevistas a profundidad con 5 personas a las cuales se les aplicó el siguiente cuestionario:

1. Edad

2. ¿Cada cuanto tiempo acudes al mall Aventura?

3. ¿Cuáles son los principales motivos por el que acudes a Mall Aventura?

4. Presentación de sistema de recompensas e implementación inicial.

5. ¿Cuán difícil es entender cada módulo?

6. ¿Qué nivel de incomodidad tiene cada touch point del journey?

7. ¿Qué desearías que mejoremos o eliminemos en el journey?

8.¿Qué premios desearías en el sistema de recompensas?

9.¿Accedes al wi-fi de Mall Aventura?

10.¿Cuales son los motivos principales por el cual ingresarías a la web/fanpage del mall?

11.¿Con quienes visitas regularmente el mall aventura?

12.¿Desearias recibir ofertas e información via telefónica?

13. Has participado alguna vez en los eventos de Mall Aventura

14. ¿Hasta el momento percibes que Mall Aventura te ha brindado algún beneficio adicional a tus compras?

15.¿Qué es lo que desearías que se implementé en el Mall Aventura que hayas visto en otros lugares?

16. ¿Qué te impulsa a ir a otros centros comerciales y no a Mall Aventura?

17.¿Qué productos/servicios consumes generalmente en el Mall Aventura?

Las entrevistadas fueron:

- Los audios de las entrevistas se encuentran en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1lSdh-Xl8GK0Q8cfByATqN7ekwkW1\_sTq?usp=sharing

- \_\*\*Brainstorming de aplicativo/website/servicio\*\*\_

Adicional a eso se les presento a las entrevistadas la propuesta de un Journey la cual permita fidelizarlos.

![20180411\_182811](https://user-images.githubusercontent.com/32311089/39416643-2dc4ecd6-4c14-11e8-8c79-f77b2d7569cd.jpg)

#### \*\*Benchmark\*\*

Se realiza un benchmark con un sistema de puntos de Mexico

> ![](assets/imgs/benchmarking.png)

### \*\*Resultados de la investigación\*\*

### \*\*SÍNTESIS Y DEFINICIÓN\*\*

#### \*\*Comentarios de los usuarios (6 entrevistados)\*\*

### \*\*User persona\*\*

![](assets/imgs/andrea-user.png)

### \*\*IDEACIÓN\*\*

### \*\*Feature List\*\*

1. Elaborar un perfil de inversor

2. Establecer un monto mínimo de inversión apoyado en un monto inicial, monto mensual y monto final en base al tiempo.

3. Sugerir empresas en las cuales se pueda invertir de acuerdo al perfil.

4. Autorizar el débito de los montos mediante firma digital.

5. Permite crear objetivos compartidos entre varias personas.

6. Editar montos mensuales, esperados y período de tiempo de inversión.

7. Agregar sugerencias de inversiones a una lista.

8. Eliminar item de lista de empresas sugeridas.

9. Rescatar un monto total u otra cantidad.

10. Editar y eliminar un objetivo.

### \*\*Priorización\*\*

### \*\*Storytelling\*\*

### \*\*PROTOTYPING\*\*

#### \*\*Prototipo de baja fidelidad\*\*

#### \*\*Prototipo de alta fidelidad\*\*

### \*\*TESTING\*\*

1. \_\*\*Totem principal\*\*\_

2. \_\*\*Check-in biométrico \*\*\_

3. \_\*\*Canje de puntos \*\*\_

4. \_\*\*Consulta de puntos web\*\*\_

#### \*\*User Flow\*\*

#### \*\*Task Flow\*\*

#### \*\*Customer Journey Map\*\*

- \_\*\*Flujo ideal del servicio\*\*\_

- \_\*\*Flujo real del servicio\*\*\_

#### \*\*Primer testing \*\*

https://marvelapp.com/project/2825855/

- \_\*\*Script del testing\*\*\_

- \_\*\*Tareas a realizar\*\*\_

### \*\*CONCLUSIONES\*\*

#### \*\*Landing Page\*\*

#### \*\*Tecnologías a emplear\*\*