

BUY TECH

Seu comércio de eletrônicos



<p>PARCEIROS-CHAVE</p> <p>Quem são nossos principais parceiros?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fornecedores • Profissionais capacitados para manter a plataforma funcionando, isso na parte de TI. • Alguma empresa que cuidará de coisas como feedbacks dos clientes, anúncios, marketing. 	<p>ATIVIDADES-CHAVE</p> <p>Quais atividades-chave nossas propostas de valor exigem?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sendo esse um ecommerce, as atividades chave serão: <ul style="list-style-type: none"> ◦ A venda de produtos ◦ Intermediar com fornecedores ◦ Desenvolver o marketing da plataforma ◦ Manutenção da aplicação <p>PRINCIPAIS RECURSOS</p> <p>Quais recursos-chave nossas propostas de valor exigem?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profissionais de marketing • Profissionais de Ti • Hospedagem robusta • Um software para fazer manutenção e gerenciar o sistema • Capital para manter a hospedagem e uma reserva de emergência 	<p>PROPOSTAS DE VALOR</p> <p>Que valor entregamos ao cliente?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uma forma para as empresas e lojas locais atuarem com mais facilidade e firmeza no ramo de eletrônicos. • Também oferecer aos clientes maior acesso a esses produtos. 	<p>RELAÇÕES COM O CONSUMIDOR</p> <p>Que tipo de relacionamento cada um de nossos segmentos de clientes espera que estabeleçamos e mantenhamos com eles?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administradores: Entregar um ambiente personalizável • Clientes: Entregar uma experiência personalizável. <p>CANAIS</p> <p>Por quais canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Website: A plataforma principal para compras e gerenciamento. • Redes Sociais: Para marketing e promoção de produtos. • E-mail Marketing: Para promoções e atualizações. 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>Para quem estamos criando valor?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes Finais: Consumidores que compram produtos para uso pessoal. • Revendedores: Pequenos negócios que compram produtos para revender. • Empresas: Clientes corporativos que fazem compras em maior escala. • Consumidores em Busca de Produtos Personalizados: Clientes que procuram produtos sob demanda.
---	--	---	---	--

<p>ESTRUTURA DE CUSTOS</p> <p>Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de Software: Custos para criar e manter a plataforma. • Hospedagem e Manutenção do Site: Infraestrutura tecnológica. • Marketing e Publicidade: Investimentos em campanhas e promoções. • Logística e Entrega: Custos com transporte e gerenciamento de entregas. • Suporte ao Cliente: Equipe para atender dúvidas e resolver problemas. • Gestão de Estoque: Custos relacionados ao armazenamento e gerenciamento dos produtos. 	<p>FLUXOS DE RECEITA</p> <p>Por qual valor nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venda de Produtos: Receita proveniente das vendas diretas de produtos. • Taxas de Comissão: Para revendedores que utilizam a plataforma. • Assinaturas: Modelos de assinatura para acesso a produtos exclusivos ou benefícios.
---	---

PROPOSTAS DE VALOR

Uma forma para as empresas e lojas locais atuarem com mais facilidade e firmeza no ramo de eletrônicos.

Também oferecer aos clientes maior acesso a esses produtos.

ATIVIDADES CHAVE

A venda de produtos

Intermediar com fornecedores

Desenvolver o marketing da plataforma

Manutenção da aplicação

PRINCIPAIS RECURSOS

- Profissionais de marketing
- Profissionais de Ti
- Hospedagem robusta
- Um software para fazer manutenção e gerenciar o sistema
- Capital para manter a hospedagem e uma reserva de emergência



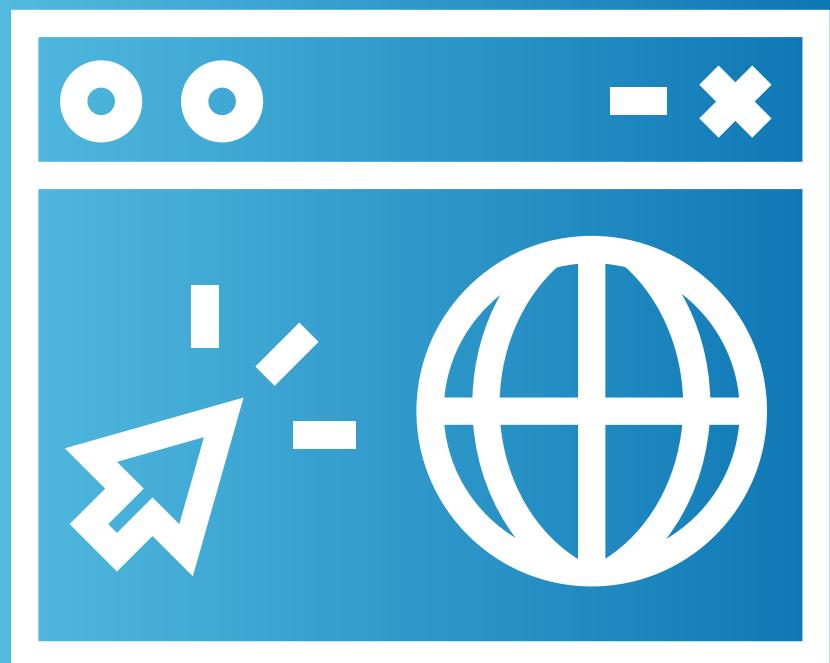
PARCEIROS CHAVE

- Fornecedores
- Profissionais capacitados para manter a plataforma funcionando, isso na parte de TI.
- Alguma empresa que cuidará de coisas como feedbacks dos clientes, anúncios, marketing

RELAÇÕES COM O CONSUMIDOR

- Administradores: Entregar um ambiente personalizável.
- Clientes: Entregar uma experiência personalizável.

CANAIS



WEB SITE



REDES SOCIAIS



E-MAIL MARKETING

SEGMENTOS DE CLIENTES

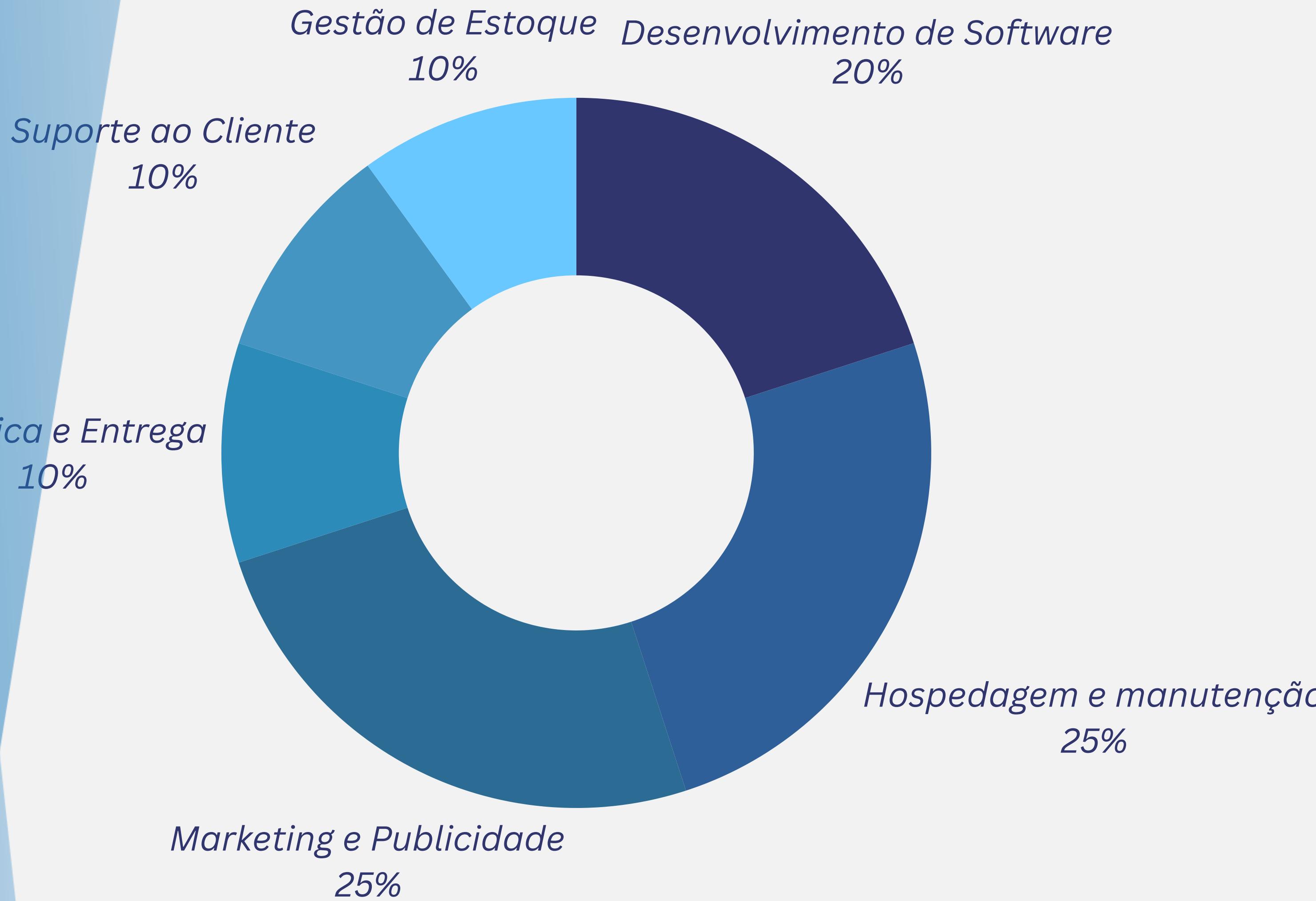
Clientes Finais

Revendedores

Empresas

Consumidores em Busca de
Produtos Personalizados

ESTRUTURA DE CUSTOS



FLUXOS DE RECEITA

Venda de Produtos

Taxas de Comissão

Assinaturas

OBRIGADO!



<https://buy-tech.vercel.app/>