



UPAO

RESERVANDO EL FUTURO

OCTOBER 2023



INTEGRANTES

Vasquez Guevara
Gerson Humberto

Marquina Laguna
Gimena Jasmin

Sánchez Vargas
Daniela Cristina

Siccha Siccha Paul
Hector

Reyes Arteaga
Alan David



Agenda

01

Identificación del producto y valor único.

02

Mercado objetivo.

03

Ruta y estrategias utilizadas para determinar la propuesta de valor.

04

Estrategias comerciales y de marketing digital.

05

Desafío a lo largo del ciclo de vida del producto y como lo superaron.



UPAO

IDENTIFICAR EL PRODUCTO Y VALOR ÚNICO

PRODUCTO

Sistema de Reservas en Línea

VALOR ÚNICO



01

Integración Perfecta

El sistema se integra sin problemas con las principales plataformas de reservas en línea, como Booking.com, Expedia y Airbnb.

02

Gestión de Inventarios en Tiempo Real

El producto se asegura de que siempre tenga habitaciones disponibles en línea, evitando errores de exceso o falta de reservas.

03

Facilidad de uso

Los hoteleros pueden configurar y gestionar sus propiedades, tarifas y políticas de cancelación de manera sencilla, sin necesidad de capacitación técnica.

04

Personalización de Servicios

Permite a los hoteleros ofrecer servicios adicionales y crear paquetes especiales para los clientes durante el proceso de reserva, mejorando la experiencia del huésped y generando ingresos adicionales.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo de este producto son los hoteleros, desde pequeños moteles familiares hasta grandes cadenas hoteleras internacionales. Se centraron en comprender las necesidades específicas de este grupo, como la integración con plataformas populares de reservas en línea, la gestión de inventarios en tiempo real y la facilidad de uso.





Ruta y estrategias utilizadas para determinar la propuesta de valor.

DIFERENCIACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR ÚNICO

A partir de esta investigación, la empresa identificó características y beneficios únicos de su producto, como la integración con las principales plataformas de reservas en línea y la gestión en tiempo real de inventarios. Estos elementos se convirtieron en parte integral de su propuesta de valor única.

COMUNICACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR

Una vez que se estableció la propuesta de valor, la empresa se enfocó en comunicarla de manera efectiva a través de estrategias de marketing y ventas, asegurándose de que los clientes comprendieran los beneficios clave de su producto.



ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING DIGITAL

- **Investigación profunda del mercado**
- **Desarrollo basado en necesidades específicas**
- **Personalización de servicios**
- **Integración con plataformas populares de reservas**
- **Enfasis en Reseñas y Gestion de Reputación**
- **Facilidad de uso**

DESAFÍO A LO LARGO DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y COMO LO SUPERARON.

- Competencia tecnológica y la elección de la plataforma adecuada.
- Sobreventa y habitaciones vacías

Soluciones

- Diseñar un sistema intuitivo y fácil de usar.
- La integración y gestión de inventarios en tiempo real



**THANK
YOU**