Mebo

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Fase** | **Objetivo** | **Características clave** | **Impacto** |
| **1. Core (0–6 meses)** | Funcionalidad básica de turnos y gestión | - Roles (admin, owner, customer)- Negocios pueden registrarse- Appointments con calendario- Dashboards separados por rol- Notificaciones básicas (email)- Integración con Supabase (datos, storage) | Validas el modelo de agendar citas y tours con negocios reales. |
| **2. Marketplace (6–12 meses)** | Convertir en un hub de negocios con reservas | - Búsqueda avanzada de negocios- Calendarios públicos de disponibilidad- Reservas múltiples (ej: tours de casas)- Pagos online (Stripe, PayPal)- Reviews y ratings de negocios- Fotos y galerías de propiedades | Escalas hacia un modelo tipo **Airbnb de servicios**: usuarios encuentran y reservan. |
| **3. Comunidad (12–18 meses)** | Añadir interacción social ligera | - Perfiles públicos de usuarios- Feed de novedades de negocios- Mensajería interna cliente ↔ negocio- Recomendaciones sociales- Favoritos / Wishlists | Empiezas a generar **engagement social**, los usuarios regresan no solo por reservar sino también por descubrir. |
| **4. Red social (18–24 meses)** | Evolución hacia una plataforma social completa | - Seguir usuarios y negocios- Publicaciones y fotos generadas por usuarios- Comentarios y likes- Gamificación (badges, puntos)- Feed personalizado tipo Instagram/LinkedIn | Mebo se convierte en una **red social de experiencias locales**, más allá de agendar turnos. |
| **5. Escalamiento (24+ meses)** | Consolidación y expansión | - App móvil nativa (React Native/Expo)- Moderación de contenido y reportes- Integración con mapas (explorar negocios cercanos)- Monetización avanzada (planes premium, anuncios)- APIs públicas para terceros | Escalas a nivel de ecosistema, Mebo puede ser usado por otros servicios o integrarse con plataformas externas. |

Como generar ingresos

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Modelo** | **Cómo funciona** | **Ejemplo de precios** | **Ventajas** | **Desventajas** |
| **Comisión por cita reservada** | Cada vez que un cliente paga una cita, Mebo cobra un % del monto. | 5–15% por transacción. Ej: tour $100 → negocio recibe $90, Mebo $10. | Escalable, ingresos automáticos por cada transacción. | Dependencia de un volumen alto de citas. |
| **Suscripción para negocios (SaaS)** | Negocios pagan una mensualidad para usar Mebo con todas las funciones. | Básico: $0  Pro: $30/mesPremium: $60/mes | Ingresos recurrentes y predecibles. | Debes ofrecer suficiente valor para justificar el pago. |
| **Freemium (límite gratuito)** | Gratis hasta un tope de reservas, luego pagan por más. | 30 citas/mes gratis, $10 por cada 50 extras. | Atrae usuarios rápido, modelo probado (Calendly). | Puede ser difícil convertir gratis → pago. |
| **Publicidad / promoción** | Negocios pagan para aparecer destacados en el buscador o en la home. | $50–100/mes por promoción. | Fácil de implementar, escalable. | Requiere base de usuarios grande para tener valor. |
| **Servicios premium para clientes** | Los clientes pagan extras: recordatorios, cancelaciones flexibles, descuentos VIP. | Membresía $5–15/mes. | Monetiza también al usuario final, no solo a negocios. | Puede tardar más en despegar si el valor no es claro. |
| **Datos / insights (B2B)** | Reportes premium para negocios grandes: tendencias, perfil de clientes, horarios. | $100–200/mes por negocio avanzado. | Alto valor para empresas grandes. | Requiere infraestructura de analítica sólida. |
| **Pagos integrados (Stripe Connect, PayPal)** | Cada transacción incluye un fee adicional para Mebo. | +$1 fijo o +5% de cada transacción. | Transparente y fácil de escalar. | Necesitas integrar pasarela oficial de pagos. |