

Iniciativa/Diagnostico	
Nombre de la Iniciativa INSPIRA	
I. Perspectivas preeliminares del acercamiento - Estado Inicial	
<p>La iniciativa tiene claro su estrategia de negocio. Focalizar el producto en un valor diferenciador, que proponga vivir la experiencia. Caracterizar el tipo de población a la que se le va a ofrecer el ejercicio. Estandarizar su portafolio de servicio, filtro de proveedores, tener claro cuales con los criterios para poder tener un proceso de verificación de los proveedores. Consolidando una base de datos de posibles empresas para ofrecerles el servicio.</p>	
II. DOFA	
Aspecto	Hallazgos
Fortalezas	Equipo de trabajo consolidado y con experiencia para el desarrollo del modelo de negocio. Desarrollo de app focalizada en la experiencia con los usuarios Portafolio de servicios definido y con coberturas definidas Idea de negocio novedosa con oportunidad potencial de implementación, identificado potenciales necesidades en el mercado actual, con una competencia directa no identificada.
Oportunidades	Existe poca competencia directa u empresas con un portafolio de servicio similar. Posible cobertura geográfica para generar difusión del portafolio de servicios en otras ciudades y/o zonas. Alianzas con proveedores de servicios Fondos de inversión para Start Up o inversionistas
Debilidades	Acceso a créditos de libre o socios inversionistas para el inicio y/o desarrollo de la iniciativa. Habilitar los mecanismos de pagos Se requiere formación en el desarrollo de estrategias comerciales para la promoción del servicio Se requiere una base de datos de posibles empresas y proveedores de servicios especializados Estandarizar un portafolio de servicio, filtro de proveedores, tener claro cuales con los criterios para poder tener un proceso de verificación de los proveedores. Se requiere un portafolio de servicios con sus respectivas categorías para poder consolidar la propuesta comercial y garantizar los servicios al segmento del mercado.
	Fluctuación económica que afecte la oferta de servicios ofrecidos Exposición a problemas relacionados con ciberseguridad Aspectos legales en el uso de la tecnología para la actividad económica proyectada.
IIIV. Segmentación del Mercado	
Geográficas	Barranquilla (público inicial), Ciudades principales de la Región Caribe (mediano plazo)
Demográficas	Entre 25 y 60 años, masculinos y/o femeninos. Generación Y, Z y parte de la X.
Socioeconómicos	Usuarios en los estratos 3-5
Conductuales	Personas que prefieran el uso de expertos o especializados en la prestación de un servicio.
Tecnográficas	Acceso por medio de computadores, celulares, tabletas.
Psicográficas	En edades productivas y con tiempo limitado. Personas que buscan una solución rápida a un problema.
V. CRM	
Estrategias orientadas para garantizar el CRM:	
Segmentación de Clientes, automatización de Procesos, Integración de Datos, análisis de Datos, gestión de Contactos (clientes y proveedores de servicios), historial de Interacciones, automatización de Marketing, soporte Multicanal, capacitación de Empleados, Feedback de Clientes, Gestión de Quejas y reclamos, Personalización de Servicios, servicios de garantía por servicios, Medición de KPIs, Mantenimiento Continuo, cumplimiento de Normativas y legislación (habeas data), gestión de facturación electrónica, gestión de riesgos de prestadores de servicios.	
VI. Acciones Sugeridas	
Establecer la propuesta comercial (pricing) para proveedores de servicio (comisiones e impuestos).	
Estructurar el portafolio de servicios inicial a ser ofertado en la aplicación	
Definir el embudo de ventas	
Aplicación desarrollada.	
Desarrollo de estrategia de marketing para incorporar usuarios y nuevos proveedores de servicios	

