

Iniciativa/Diagnostico	
Nombre de la Iniciativa	CVCAR
I. Perspectivas preeliminares del acercamiento - Estado Inicial	
<p>La iniciativa se encuentra en su etapa de apropiación de la idea de negocio. No tienen claridad en los precios de venta de los productos. Apropiación en la información relacionada con los beneficios de los productos naturales a comercializar. Diagnostico DOFA.</p>	
II. DOFA	
Aspecto	Hallazgos
Fortalezas	El equipo inicial cuenta con formación multidisciplinar que puede apoyar para el desarrollo completo de la idea de negocio Se cuenta con un avance en el desarrollo de la página web Se tiene dominio y concimiento respecto al canal de venta y competidores directos identificados
Oportunidades	Incluir la posibilidad de promocionar y/o vender un vehículo Existe un mercado potencial de vehiculos usados que pueden beneficiar la aplicación Es posible establecer alianzas estratégicas con fabricantes, talleres y repuestos para <u>contactar con usuarios de vehículos.</u> Los consumidores requieren una consolidación de información de talleres, servicios para vehículos.
Debilidades	Se requiere mayor formación y capacitación en los usuarios potenciales para explicar los beneficios de la plataforma. Definir los recursos con los que cuenta la iniciativa para su desarrollo y operación
Amenazas	Se deben definir los competidores directos dentro del mercado Cambios en la regulación gubernamentales Incluir la clasificación de vehículos a híbridos y eléctricos Barreras con los modos de pago Informalidad en el mercado de talleres y servicios de mantenimiento
III. Segmentación del Mercado - B2C	
Geográficas	Colombia
Demográficas	18 años en adelante, propietarios de vehículos particulares
Socioeconómicos	Todos los estratos socioeconómicos
Conductuales	Persona consciente de la necesidad de mantener el vehículo de conformidad con mantenimientos, impuestos, otros.
Tecnográficas	Usuarios con acceso a app, dispositivos celular y página web
Psicográficas	Personas profesionales que les gusta resolver una situación con un vehículo de forma práctica y rápida con un portafolio de proveedores y servicios disponible
III. Segmentación del Mercado - B2B	
Geográficas	Empresas con actividad comercial relacionadas con vehiculos
Tecnográficas	Talleres de servicio consolidados y formalizados
V. CRM	
<p>Estrategias orientadas para garantizar el CRM: bases de datos con portafolio de proveedores y posibles socios comerciales, segmentación de Clientes, análisis de Datos, gestión de Contactos (clientes y proveedores de servicios), soporte tecnológico, Gestión de Quejas y reclamos, Personalización de Servicios, Medición de indicadores.</p>	
VI. Acciones Sugeridas	
Se requiere generar el desarrollo conceptual (listar los datos e información que se requiere consolidar) y tecnológico de la plataforma considerando aspectos de USER FRIENDLY	
Establecer los procesos y fichas de mantenimiento por fabricante y las condiciones especiales que cada marca de vehículo considera	
Listar el conjunto de portafolio de servicios para: Grúa, Talleres, dudas, problemas relacionados. Y establecer un porcentaje de comisión con los socios.	
Establecer campañas de Marketing para promociar la aplicación	
Ampliar la categoría para buses de transporte público	
Para propiciar y promover el uso de la APP se sugiere implementar un usuario convencional y otro un usuario premium	