

Iniciativa/Diagnostico	
Nombre de la Iniciativa	TISA
I. Perspectivas preliminares del acercamiento - Estado Inicial	
<p>La iniciativa tiene claro su estrategia de negocio. Claridad en la estructuración del negocio, desde la rentabilidad y sustentabilidad. Reestructurar los costos de los servicios. Elaborar un plan comercial. Un embudo de ventas para posibles clientes y proveedores. Elaborar plan piloto con una institución privada. Segmentación de Mercado mucho mas focalizado. Filtro para crear proveedores idoneas.</p>	
II. DOFA	
Aspecto	Hallazgos
Fortalezas	Oferta flexibles en los horarios de atención a usuarios.
	Una oferta que registra las actividades y nivel de avances en el proceso académico y cognitivo de los usuarios.
	Valor agregado en asesorías y orientaciones familiares para el manejo de casos de autismo y dificultades de aprendizaje.
Oportunidades	Ampliar el segmento de la población objetivo inicial (mayor mercado)
	Posibilidad de acercamiento con colegios
	Acercamiento con IPS para la prestación de servicios de orientación pedagógica y psicológica, y establecer un convenio de prestación o contacto con EPS.
Debilidades	Se requiere definir la constitución de la actividad legal y contable de la iniciativa
	Se requiere un portafolio o banco de profesores habilitado para el desarrollo y puesta en marcha de la iniciativa
	Se requiere la consolidación de un plan de trabajo y bitacora de seguimiento a las actividades académicas de los estudiantes
	Definir la estrategia comercial y acciones de difusión y marketing para la iniciativa
Amenazas	Planeación previa de las actividades por parte de los profesores registrados
	Experiencia en el manejo y atención a casos y/o estudiantes con discapacidad cognitiva. Se requiere definir la modalidad de contratación de profesores
IIIV. Segmentación del Mercado	
Geográficas	Barranquilla (Sector Riomar y Centro Historico)
Demográficas	Edades de 30 - 40 años. Hombre y mujeres con hijos en edad escolar (4 años - 17 años)
Socioeconómicos	Estratos 3 - 6
Conductuales	Generación Y y Z, y una parte de la generación X
Tecnográficas	Redes sociales, aplicación y página web
Psicográficas	Padres de familia preocupados por el aprendizaje significativo de los hijos en edad escolar y que buscan un acompañamiento personalizado. En adición, personas con tiempo limitado que requieren asesorías académicas que respalden la educación de los hijos.
V. CRM	
<p>Estrategias orientadas para garantizar el CRM: bases de datos con portafolio de profesores, segmentación de Clientes, análisis de Datos, gestión de Contactos (clientes y proveedores de servicios), soporte tecnológico, capacitación de Empleados, Feedback del proceso de retroalimentación del avance o desempeño de los estudiantes, Gestión de Quejas y reclamos, Personalización de Servicios, Medición de indicadores, seguimiento a la labor pedagógica.</p>	
VI. Acciones Sugeridas	
Una oferta que registra las actividades y nivel de avances en el proceso académico y cognitivo de los usuarios.	
Redactar las acciones que sean medibles y cuantificables en una ventana de observación y/o desarrollar un plan de acción para el desarrollo y ejecución de actividades.	
Declarar y definir el fortafolio de servicios prestados para una mejor comprensión y captación del propósito de la iniciativa (estudiantes regulares, dificultades en areas de conocimiento, dominio de segunda lengua y población con dificultades de aprendizaje)	
Se recomienda establecer un portafolio de servicios con valores sugeridos de acuerdo con las ofertas.	
Incluir en el portafolio de interesados la alternativa de comunicarse con EPS o IPS para el desarrollo de actividades	
Se requieren bitacoras de seguimiento y acompañamiento a la labor pedagógica	