

REPORTE DE EXPERIMENTOS DE MERCADOS

| # Experimento | validación de: | Hipótesis (¿Qué?) | Tipo de experimento (¿Cómo?) | Población (¿Quiénes?) | Cantidad de validaciones (¿Cuántos?) | Resultados (Aprendizajes) | DECISIÓN / ACCIÓN |
|---------------|--|--|---|--|--------------------------------------|--|---|
| 1 | Problema / Solución / Modelo de negocio | | Entrevista / encuesta / Prototipado / Reunión / Observación directa | | | | Aceptada / No aceptada / Seguir validando |
| 2 | <p>ALIADOS:</p> <p>Determinar si los talleres, proveedores de repuestos y otros negocios relacionados con la industria automotriz encuentran atractiva la idea de asociarse con CVCAR.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar cuántos de estos negocios están dispuestos a registrarse en la plataforma como aliados. - Identificar los beneficios específicos que los aliados esperan al unirse a CVCAR, como un aumento en la visibilidad y la clientela. | <p>Objetivo 1: Validar la Atracción de Aliados</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar si los talleres, proveedores de repuestos y otros negocios relacionados con la industria automotriz encuentran atractiva la idea de asociarse con CVCAR. - Evaluar cuántos de estos negocios están dispuestos a registrarse en la plataforma como aliados. - Identificar los beneficios específicos que los aliados esperan al unirse a CVCAR, como un aumento en la visibilidad y la clientela. <p>Objetivo 2: Evaluar la Retención y Participación de Aliados</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medir la retención de aliados a lo largo del tiempo, es decir, cuántos de los que se registran siguen participando activamente en la plataforma después de un período inicial. - Evaluar la satisfacción de los aliados con los servicios y el soporte proporcionados por CVCAR. - Identificar oportunidades para mejorar la participación de los aliados y fomentar una relación a largo plazo. <p>Objetivo 3: Validar la Efectividad del Programa de Fidelización</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar si el programa de acumulación y redención de puntos resulta atractivo para los aliados como una forma de fidelizar a los clientes. - Evaluar cuántos aliados participantes activamente en el programa y ofrecer recompensas a los usuarios. - Identifique cualquier ajuste necesario en el programa para garantizar su efectividad y beneficio mutuo. | Entrevista/ Reunión | Talleres intermedios | 1 | <p>Empresa: ADAM SERVICE MACHINE SAS</p> <p>El Sr Alberto Herera (emprendedor) nos recibió en uno de sus talleres el nos comenta en el próximo mes está lanzando una línea de negocio el cual va a incorporar a CVCAR como aliado. IL empresa tiene 1000 clientes activos.</p> | Seguir validando |
| 3 | <p>"USUARIOS:</p> <p>Comprender en profundidad los problemas y desafíos específicos que enfrentan los propietarios de vehículos en su experiencia automotriz.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar cuántos propietarios de vehículos considera estos problemas como una fuente significativa de frustración o preocupación. - Identificar si existe una necesidad real de una solución integral que aborde estos problemas y mejore la experiencia automotriz de los propietarios de vehículos. <p>Objetivo 2: Validar la Solución</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar la receptividad de los propietarios de vehículos a la idea de utilizar una plataforma como CVCAR para mejorar su experiencia automotriz. - Determinar cuántos de los encuestados estarían dispuestos a utilizar CVCAR para encontrar soluciones a sus problemas automotrices. - Recopilar información sobre las características y funcionalidades específicas que los usuarios considerarían más valiosas en una plataforma como CVCAR. <p>Objetivo 3: Validar el Modelo de Negocios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar si los propietarios de vehículos estarían dispuestos a pagar por los servicios y características ofrecidas por CVCAR. - Determinar la disposición de los usuarios a participar en programas de fidelización y acumulación de puntos dentro de la plataforma. - Identificar posibles asociaciones o alianzas estratégicas con talleres y proveedores de servicios automotrices." | <p>Hipótesis 1: Atracción de Usuarios</p> <p>Hipótesis A: Suponemos que los propietarios de vehículos estarán interesados en una plataforma que ofrezca asistencia integral para sus vehículos y que al menos el 60% de los usuarios se registrará en CVCAR dentro de los primeros 6 meses.</p> <p>Hipótesis 2: Participación Activa de Usuarios</p> <p>Hipótesis B: Creemos que una vez que los usuarios se registran en CVCAR, al menos el 50% de ellos utilizará la plataforma al menos una vez al mes durante los primeros 12 meses.</p> <p>Hipótesis 3: Interacción con Aliados</p> <p>Hipótesis C: Suponemos que los usuarios interactuarán activamente con los aliados y que al menos el 40% de ellos realizarán transacciones o consultas con aliados a través de la plataforma en el primer año.</p> <p>Hipótesis 4: Satisfacción y Retención de Usuarios</p> <p>Hipótesis D: Creemos que al menos el 70% de los usuarios se mostrarán satisfechos con la experiencia general de CVCAR y continuarán utilizando la plataforma después del primer año.</p> <p>Hipótesis 5: Uso del Programa de Fidelización</p> <p>Hipótesis E: Suponemos que al menos el 50% de los usuarios participará activamente en el programa de acumulación y redención de puntos de CVCAR para obtener descuentos y beneficios adicionales.</p> | Encuesta | Hombres y mujeres que deseen guardar la Hoja de vida de su auto para monitorear los vencimientos legales e informar desde un cambio de aceite hasta vencimiento de extintores. | 0 | N/A | Seguir validando |
| 4 | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | |