

Power by cases

Lady lozano

Yuri Paola Vargas

Angie Tatiana Zuluaga Zubieta

Corporación unificada de educación superior

Nota del autor

Negocios internacionales, corporación unificada de educación superior

TABLA DE CONTENIDO

1.Introducción

2.Justificación

3. Perfilacion de clientes

3.1 necesidades

3.2 beneficios

3.3 soluciones actuales

3.4 inconformidades

3.5 Mercado (TAM, SAM, SOM)

4.Entrevista

4.1 Conclusiones entrevista

5. Prototipo

6. Identidad Estratégica

6.1 Misión

6.2 Visión

6.3 Objetivos Generales

6.3.1 Objetivos Específicos

POWER BY CASES

Introducción

Este proyecto busca innovar los accesorios para el celular, generando mayor ahorro, utilidad y beneficio para el consumidor; puesto que iniciamos con un producto básico que la gran mayoría de usuarios utilizan de protección para su móvil.

Case es un producto innovador, puesto que no es un simple accesorio para tu móvil con un solo tema, este producto da la posibilidad de selección múltiple al estilo que desee.

Objetivo

Darnos a conocer a nivel nacional con nuestro producto con nuestros beneficios llegar a exportarlo a muchas partes del mundo y así introducirnos a el mercado internacional con más productos de aquí en adelante ir creciendo cada día más dando calidad innovación y buen ahorro con buenos productos.

JUSTIFICACIÓN

Vamos hacer un producto nuevo para el mercado tanto para el consumidor con esta nueva case que va hacer que el consumidor se interese y lo compre y lo va a seguir utilizado por su calidad ahorro porque cada vez que quieras un nuevo estilo solo entras a la aplicación y la cambias si de quieres de acuerdo a tu estado de ánimo, y una foto o varias o tal vez el clima lo que quieras poner lo podrás hacer con esta nueva case.

Este producto se hace con la función de competir en el mundo de la tecnología y sobre todo en los accesorios tecnológicos así ayudar al consumidor con su ahorro. Con este producto el consumidor va a ver este gran ahorro porque no tendrán que comprar tantos cases si no con una sola.

Para realizar el producto con ingeniero electrónicos que harán un sistema que va hacer como una pantalla en tu case que al ponerla en tu celular va a trasmitir una señal vía wifi que va hacer posible ver todas las imágenes que quieras

Los materiales que vamos a utilizar van hacer de buena calidad, pero al tiempo muy económicos para que todo el público pueda acceder a ellos en el momento de la venta

PERFILACION DEL CLIENTE

Publico en general, que tengan equipos móviles con acceso a internet, ya que este producto va de la mano con una aplicación la cual brinda la posibilidad de elegir su imagen, pero especialmente para las marcas más asequibles en el mercado como lo son IPHONE, SAMSUG, MOTOROLA, HUAWEI a el cual le podrán adaptar nuestra case.

3.1 NECESIDADES

¿CREO QUE?

*Que es un producto innovador para los usuarios que actualmente son utilizan la tecnología de los celulares táctiles.

*Genera menos costos para el cliente ya que en una sola case pueden tener el estilo que deseen.

*Case es un producto que toda persona va querer ya que es un producto fácil de usar con su aplicación y el código que tendrá cada una

3.2 BENEFICIOS DE POWER BY CASE

1. Elegir el motivo al gusto del usuario.
2. Innovador que no se encuentra en el mercado.

3. Ahorro para el consumidor. Ya que podrán cambiar el motivo cada vez que el usuario lo desee y su gusto
4. Materiales de buena calidad para generar un uso duradero.

3.3 CUADRO COMPARATIVO DE BENEFICIOS

| IDEA | BENEFICIOS | COMPETENCIA | BENEFICIOS |
|--------------|------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------------------|
| POWER | 1. elegir el motivo al gusto del usuario | USB PUBLICITY | 1.la carcasa de imagen fija |
| BY | 2. innovador que no se encuentra en el mercado | | 2. material flexible. |
| CASES | 3. ahorro para el consumidor | INSTACASE | 1 motivo llamativo para la funda del celular |

| | | | |
|--|-------------------------------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------------------|
| | 4. materiales de buena calidad para generar un uso duradero | | 2 crea su motivo en línea y hace llegar el producto a su lugar de destino. |
| | | | |

3.4 FRUSTRACIONES

Son aquellas en las que los usuarios de cases que ya están el mercado no están de acuerdo o quisieran que el producto tuviera que son:

- Tener que cambiar cada rato sus cases por mala calidad
- Los nuevos motivos que salen al mercado no se adaptan a todo tipo de celular son solo para una marca en específica
- Muy pocos motivos así que todos tiene el mismo estilo que está en el mercado
- Los colores son muy limitados
- Hay estilos muy femeninos y los de hombre son muy monótonos

3.5 MERCADO

Aproximadamente el 95 % de la población colombiana utiliza celulares inteligentes, esta misma cifra les encanta realizar cambios en sus forros de celulares ya que el mecanismo humano esta acostumbrado a no conformarnos con solo una imagen pues para nosotros el celular es vital en nuestra vida y nos gusta llevarlo con estilo, este es una característica homogénea ya que toda la población no utiliza las mismas marcas de celulares y no tienen los mismos gustos y

personalidades por lo que la dividimos en diferentes mercados de acuerdo a los diferentes variables de la población que utiliza esta línea tecnológica.

Nuestro Tam se basa en la comercialización de un accesorio para el celular los forros o carcasas en el cual nos enfocáramos en el mercado Nacional de la tecnología móvil el cual por el momento se realizarían 70 millones de unidades al año, imponiéndonos por medios de plataformas y aplicaciones por Internet.

Nuestro SAM sería el número de unidades anuales de Accesorios que se venden a través de Internet empezando con unas 1000 unidades al año el cual se podrá adquirir cuando se descargue la aplicación y al instante la compra de al accesorio.

Nuestro SOM dada nuestra inversión actual en captación publicidad en Internet, uso de un call center...etc.) pensamos que el primer año sería razonable que podríamos vender 500 unidades, el segundo 900, el tercero 1500 teniendo en cuenta la capacidad del cliente para adquirir el producto y costosa, adicional estaremos innovando a cada instante según las necesidades del consumidor para nunca bajar nuestra productividad inicial si no subirla. Para esto nos vamos en enfocar en los siguientes rangos:

Analizar Ubicación: Colombia

Rango de Edad: Jóvenes y Adultos

Genero: Hombres y Mujeres

Nivel Socioeconómico:

Estilo de Vida: Estudiantes, Deportistas, Amas de casa,

Comportamiento de Compra: Moda, Status

MERCADO OBJETIVO:

Nos encontramos ubicados en la variedad de estilos de vida ya que nuestro producto va dirigido a a la población que tenga un celular inteligente, lo que buscamos básicamente una identificación de identidad, un estilo personalizado, status social, diseños innovadores y calidad en el producto aun cuando los precios sean elevados.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Los consumidores que quiere abarcar POWER BY CASES es un mercado desde el mas joven al mas adulto contemporáneo desde los 16 años en adelante, con hijos sin hijos, estudiantes trabajadores hombres y mujeres que se sienten atraídos por productos de calidad, con diseños innovadores que les guste realizar cambios y personalizar sus celulares según su estado de animo.

TIPO DE SEGMENTACIÓN:

Genero: Masculino y Femenino

Edad: Desde los 16 años en adelante

Estado Civil: Solteros, casados, unión libre con hijos sin hijos.

Ocupación: Estudiantes, trabajadores

Ingresos: Dependencia a un de una persona e independiente.

Nivel socioeconómico:

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA:

País: Colombia

Región: Norte, centro y sur de Colombia

Clima: Húmedo, cálido

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA:

Estilo de vida: Personalizada, adolescentes extrovertidos, básicamente personas que les guste innovar y estar a la vanguardia de diseños y que no les importe el valor monetario del producto a invertir, adicional Priman los intereses personales y sociales.

SEGMENTACIÓN DE COMPORTAMIENTO:

Personas que estén en constante actividad ya que nuestro producto se basa en el cambio de humor en el que se encuentra la persona, es decir, su entorno social al que esta expuesto todos los días, ya que la personalidad de cada humano es distinta lo que queremos es que se ve reflejado en su celular inteligente.

SEGMENTACIÓN DE BENEFICIOS:

*Genera menos costos para el cliente ya que lo que es una aplicación que se encuentra conectado al celular inteligente que trasmite al forro una gran variedad de imágenes según sus gustos y estado de animo ya que cambia según como se encuentre de estado la persona.

4. ENTREVISTA

POWER BY CASE

Nombre Diana Sierra Edad 25 Genero F x M

Barrio Residencia Pontevedra Ocupación Coordinadora de Eventos

Somos una empresa que busca satisfacer la necesidad del cliente y ahorro a la hora de cuidar su celular, traemos Power by case que es un producto de protección para el su equipo brindando la comodidad de elegir a su gusto el fondo de carcasa.

1. Como cuida su equipo celular

forros

b) carcasa

c) estuche

2. Que características tiene presente a la hora de comprar alguno de estos elementos.

Material

b) características

c) precio

d) otro _____

3. con que frecuencia cambia la carcasa de su celular

Cada año

4. Porque compra este tipo de accesorio para su celular

a) por moda

por cuidado

c) por comodidad

d) otro _____

5. compraría un producto el cual le va dar protección, comodidad y estilo a su equipo celular

si

b) no

Porque: me gusta tener estilo y cuidar mi celular ya que costo mucho

POWER BY CASE

Nombre Andres Montaña Edad 29 Genero F M

Barrio Residencia Tintal Ocupación Coordinadora de eventos

Somos una empresa que busca satisfacer la necesidad del cliente y ahorro a la hora de cuidar su celular, traemos Power by case que es un producto de protección para el su equipo brindando la comodidad de elegir a su gusto el fondo de carcasa.

1. Como cuida su equipo celular

a) forros

b) carcasa

estuche

2. Que características tiene presente a la hora de comprar alguno de estos elementos.

a) Material

b) características

c) precio

otro el estilo

3. con que frecuencia cambia la carcasa de su celular

cada mes

4. Porque compra este tipo de accesorio para su celular

por moda

b) por cuidado

c) por comodidad

d) otro _____

5. compraría un producto el cual le va dar protección, comodidad y estilo a su equipo celular

a) si

b) no

Porque: Me gusta ser original y tener estilo

POWER BY CASE

Nombre: Estefanía Colorado Edad 27 Genero F M

Barrio Residencia el campin Ocupación Coordinadora de eventos

Somos una empresa que busca satisfacer la necesidad del cliente y ahorro a la hora de cuidar su celular, traemos Power by case que es un producto de protección para el su equipo brindando la comodidad de elegir a su gusto el fondo de carcasa.

1. Como cuida su equipo celular

a) forros

carcasa

c) estuche

2. Que características tiene presente a la hora de comprar alguno de estos elementos.

a) Material

b) características

c) precio

otro el estilo

3. con que frecuencia cambia la carcasa de su celular

Cada dos meses

4. Porque compra este tipo de accesorio para su celular

por moda

b) por cuidado

c) por comodidad

d) otro _____

5. compraría un producto el cual le va dar protección, comodidad y estilo a su equipo celular

15

a) si

b) no

Porque: Me gusta las actualizaciones nuevas en tecnología

POWER BY CASE

Nombre Catering Betancourt Edad 27 Genero F M

Barrio Residencia el campin Ocupación Coordinadora de eventos

Somos una empresa que busca satisfacer la necesidad del cliente y ahorro a la hora de cuidar su celular, traemos Power by case que es un producto de protección para el su equipo brindando la comodidad de elegir a su gusto el fondo de carcasa.

1. Como cuida su equipo celular

a) forros

carcasa

c) estuche

2. Que características tiene presente a la hora de comprar alguno de estos elementos.

a) Material

b) características

c) precio

otro el estilo

3. con que frecuencia cambia la carcasa de su celular

Cada dos meses

4. Porque compra este tipo de accesorio para su celular

por moda

b) por cuidado

c) por comodidad

d) otro _____

5. compraría un producto el cual le va dar protección, comodidad y estilo a su equipo celular

17

a) si

b) no

Porque: Me gusta estar con las activa con las innovaciones

POWER BY CASE

Nombre Joan Rodríguez Genero F M

Edad 25 Barrio Residencia Colina Campestre Ocupación Coordinador de eventos

Somos una empresa que busca satisfacer la necesidad del cliente y ahorro a la hora de cuidar su celular, traemos Power by case que es un producto de protección para el su equipo brindando la comodidad de elegir a su gusto el fondo de carcasa.

1. Como cuida su equipo celular

a) forros

b) carcasa

estuche

2. Que características tiene presente a la hora de comprar alguno de estos elementos.

Material

b) características

c) precio

d) otro

3. con que frecuencia cambia la carcasa de su celular

Cada tres mes

4. Porque compra este tipo de accesorio para su celular

a) por moda

por cuidado

c) por comodidad

d) otro _____

5. compraría un producto el cual le va dar protección, comodidad y estilo a su equipo celular

a) si

b) no

Porque: Me gusta que el celular tengo estilo y me gusta cuidar mis objetos personales.

4.1

LA CONCLUSIÓN

Según las encuestas realizadas el 90% de las personas compran un celular inteligente el cual les gusta que tengan estilo según su personalidad para esto compran carcasas las cuales cambian aproximadamente cada dos meses, según la rentabilidad que tenga y el gusto de cada persona.

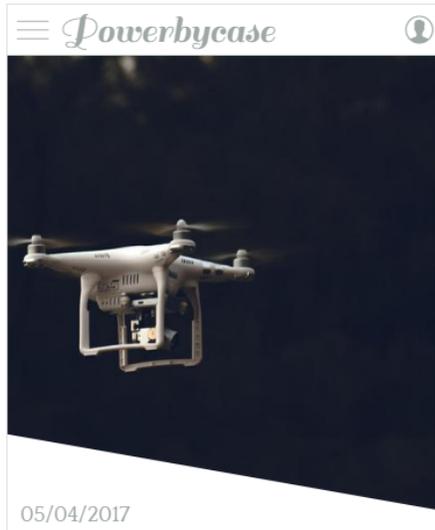
Según las encuestas la mayoría de las personas se basan en el estilo y tendencias según las personalidades de cada persona, adicional encontramos en ocasiones la gran demanda que presenta el comercio, permite el cambio constante de las carcasas, pero con un gasto increíble a si a los usuarios por lo que genera inconformidad, por lo que estos mismos generan o desean mejor no cambiar el estilo de celular para generar ahorro.

Esta encuesta la realizamos para mirar que tanto estamos compitiendo ante un mundo que se mueve básicamente sobre la tecnología llegando a la conclusión que si lo logramos generar una carcasa que se adapte a las necesidades del consumidor llegaríamos a lograr un gran ahorro así ellos y nosotros impulsar nuestro producto a grandes rangos.

5. PROTOTIPO

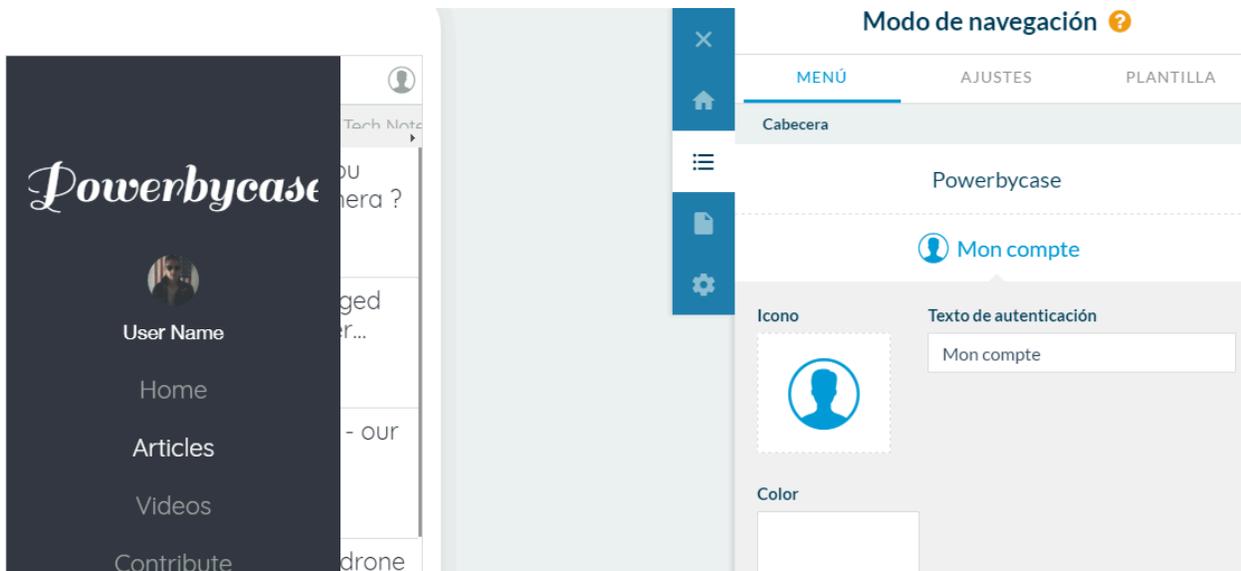
PASO A PASO DE LA APLICACIÓN DE POWER BY CASE

Paso 1



empezamos por crear el nombre de la empresa que es que nos va a diferenciar de las demás aplicaciones

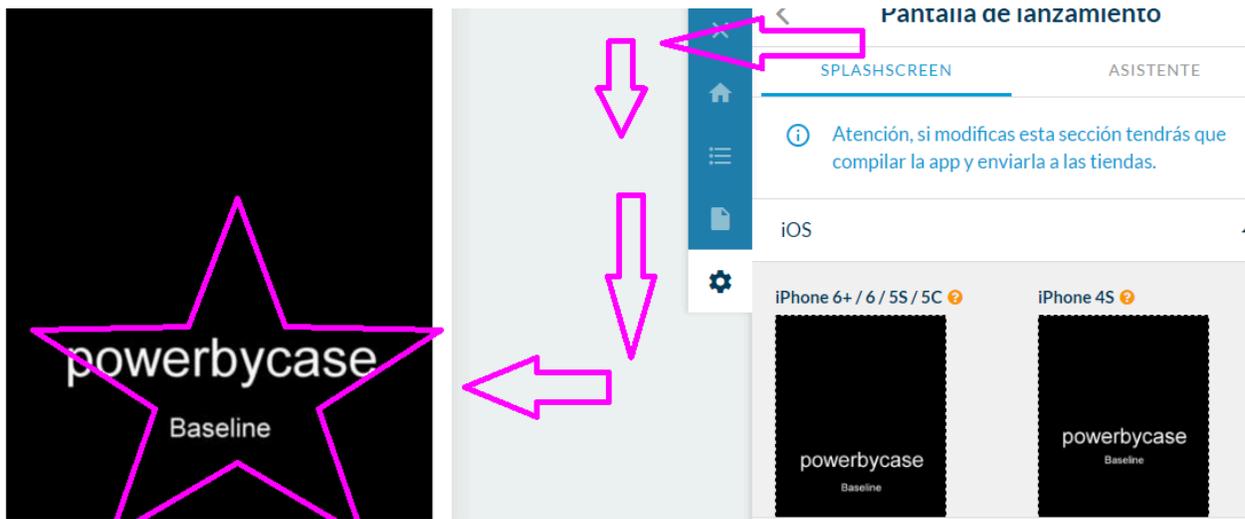
PASO 2





Se crea el formato que va a llevar la información del contacto que va utilizar nuestra case y las formas en las que quiere que aparezca la imagen. Puede ser en video o presentación

PASO 3



Creamos el logo de la pantalla de inicio como lo vamos a lanzar nuestra aplicación. escogemos las marcas comerciales que podrá acceder y utilizar nuestra aplicación que en este caso son:

- *iPhone
- *Samsung
- *Huawei
- *Motorola

PASO 4



Por último, arreglaremos la parte en la que ellos podrán escoger los motivos que nosotros ofrecemos o subir la imagen o video que van a poner en su case

Resultado final

Es un ejemplo de cómo se verá la case según el usuario lo desee y podrá cambiarlo cada vez que quiera.



Podrán poner fotos, videos o escoger la opción de collage

6. IDENTIDAD ESTRATEGICA

6.1. MISIÓN

La misión de power by case, de darles a nuestros clientes la oportunidad de escoger cada día el motivo que quieran en su case con productos de la mayor calidad, y ecológicos y con muchos beneficios que nos distinguen de la competencia.

Estamos seguros que como empresa, power by case, logrará dar a los clientes un servicio que se ajuste a sus necesidades, además de que nuestros productos tienen una duración garantizada.

6.2 VISIÓN

Power by case, para el 2020, líder a nivel nacional en la comercialización de este producto, siendo reconocida por la calidad brindando innovación en la protección de a todo tipo de celular y llegar a expandir nuestro producto a nivel mundial ofreciendo mas variedad en cuanto al accesorio como Tablet y portátil.

6.3 OBJETIVOS GENERALES:

- Determinar el impacto y aceptación que causa en el mercado nuestro nuevo producto.
- Lograr que el porcentaje de ventas crezca continuamente.
- Tener una gran participación en el mercado.

6.3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Aumentar el reconocimiento de nombre y marca en el segmento de mercado en un 10% durante los tres últimos meses del año Actual y los primeros Cinco meses del año siguiente.
- Informar sobre los atributos y cualidades de nuestro producto en un 70% para motivar a los consumidores a la compra y uso del mismo en un periodo de 6 meses.
- Captar la atención de los consumidores en un 50% a través de mensajes perceptivos y medios de comunicación.
- Generar en la audiencia una posición de fidelidad con respecto a la facultad de nuestro producto, en el menor tiempo posible con una gran capacidad de expandir en el menos corto posible las cantidades solicitadas.