

Lienzo Modelo Canvas				
Emprendimiento: Innova records				
Integrantes: Jorge Andres Muñeton, Jose Rafael Martinez, Vivian Daniela Ruiz				
8. ALIANZAS ESTRATÉGICAS	7. ACTIVIDADES CLAVE	1. PROPUESTA DE VALOR	4. RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES	2. SEGMENTO DE CLIENTES
<p>• Dub fiah Studios: En el modelo de economía colaborativa que se adoptó para el inicio de nuestro proyecto, Dub fiah es el estudio de grabación que apoyara el proceso de creación de demos de nuestros artistas.</p> <p>• Hostales CQ Candelaria: Hostales CQ candelaria está en proceso de lanzamiento y posicionamiento de marca por ello, nos brindan su espacio con el fin de poder realizar eventos y actividades de nuestra marca.</p> <p>• Librería Café macondo: Este lugar es clave por sus instalaciones, para la realización de las sesiones de fotos o creación de clips musicales.</p> <p>• Marcas Independientes: Nos encontramos en la búsqueda de nuevas marcas que puedan ayudarnos al crecimiento de nuestro proceso creativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Audiciones para reclutamiento de nuevos artistas. • Búsqueda de nuevas alianzas con el fin de fortalecer el impulso de la agencia y lograr que todas las necesidades de la misma se logren suplir. • Creación de redes sociales oficiales e email de Innova Records. • Creación de piezas gráficas para lanzamiento de las redes 	<p>Se analiza como propuesta de valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mejoramiento de calidad de vida de un artista • Realización de sueños • Visibilización y reconocimiento de los artistas emergentes. 	<p>Artistas: Nos relacionamos con ellos desde redes, después del primer contacto se solicita un video de presentacion con el fin de realizar audiciones.</p> <p>Aliados estrategicos: A parte del voz a voz podran contactarnos por medio de las redes sociales oficiales, sin embargo se creara un correo oficial con el fin de poder atender las dudas y las sugerencias de los mismos.</p> <p>Audiencia: Se debe mostrar una mediacion por parte de la agencia con la audiencia y el artista, por lo tanto se generaran estrategias de comunicaciones con el fin de apoyar el proceso comunicativo de la audiencia con Innova records y de la misma con los artistas.</p>	<p>Los clientes potenciales de INNOVA RECORDS son segmentados de acuerdo a las diferentes líneas de mercado que se manejan en el proyecto, por lo tanto estos son:</p> <p>1. Artistas emergentes: estos son los principales interesados en nuestro valor</p> <p>2. Aliados estratégicos: Locaciones, marcas innovadoras, empresas, todos estos son aquellos que por medio de una economía colaborativa se vinculan de manera directa con Innova records e independientemente de ser un apoyo para nosotros, progresivamente se convierten en clientes potenciales.</p> <p>3. Audiencia: Son las personas interesadas en seguir el proceso de nuestros artistas, por lo tanto asisten a nuestros eventos y consumen nuestros productos.</p>
	<p>6. RECURSOS CLAVE</p> <p>1. Recursos humanos e intelectuales: El emprendimiento requiere apoyo humano donde converjan diferentes disciplinas, en donde entran artistas y sus talentos, managers y sus asesorias, productores y sus ideas.</p> <p>2. Canales de distribución: Los medios de difusión son herramientas imprescindibles en este proyecto, por esto se requiere implemnetar los canales más eficaces de acuerdo con las tendencias del mercado nactual, por lo tanto obtener estos canales requiere una inversión monetaria con intención de obtener viralidad, seguidores y reconocimiento. los canales serán instagram, youtube, spotify y facebook.</p> <p>3. Relacionamiento público: la comunicación con los tres segmentos de clientes que aborda el proyecto requiere crear medios de relacionamiento especializados para cada uno, para el primer segmento se requiere un canal directo gestionado desde grupos de whatsapp u otra red social, Para los aliados es necesaria una comunicación de forma organizacional que puede ser por llamadas telefónicas o mails formales. El tercer segmento tiene la opción de comunicarse con los artistas o con la agencia a travez de las plataformas digitales que se decida crear de acuerdo a su perfil.</p> <p>4. Recursos tecnológicos: se requiere el uso de herramientas tecnológicas como cámaras, microfonos, computadores, celulares, luces, parlantes.</p> <p>5. locaciones: Se requiere del uso de estudios de grabación de audio y video y espacios para eventos.</p> <p>6. Recursos financieros:</p>		<p>3. CANALES</p> <p>En cuanto a los canales estos se dividirán de acuerdo a nuestro segmento de clientes para lograr una adecuada comunicación con los mismos:</p> <p>1. Los artistas: serán contactados de forma directa por la agencia, basándonos como criterio de selección la potencialidad de su imagen, su talento y profesionalismo, estos serán descubiertos por medio de un voz o por las pautas publicitarias por medio de las redes sociales.</p> <p>2. Aliados estratégicos: habrá un diálogo directo con las personas encargadas de la administración de los lugares, de modo que tras una negociación, la creación de alianzas generen beneficios para las dos partes, además que si están interesados en nuestros servicios de manager y desarrollo de marca personal nos contraten y pasen a ser clientes del primer segmento.</p> <p>3. La audiencia: no existirá una interacción directa con la agencia, para ellos se generan estrategias de difusión digital de los eventos o material del artista, con el fin de generar afiliación con los clientes, la agencia y los artistas.</p> <p>Hasta el momento los canales que la agencia manejará son redes las redes de difusión: Facebook, para la difusión de eventos, instagram para la creación de perfiles profesionales y YouTube para material audiovisual.</p>	

9. ESTRUCTURA DE COSTOS	5. MODELO DE INGRESO
<p>Revisar documento adjunto.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ventas de paquetes mensuales a artistas, marcas y establecimientos comerciales. 2. Inscripción de audiciones si son presenciales. 3. Entradas para ver a los artistas en las diferentes locaciones que tenemos acceso. 4. Eventos que se cubran bajo la marca INNOVA RECORDS tales como fiestas, eventos empresariales, filmación de videos, toma de imágenes, grabación de sencillos, creación de marcas, posicionamiento de una marca ya establecida en el mercado.