

¿Qué es Dommie?

Nuestra idea innovadora es la de crear una aplicación de venta online de moda con un probador virtual que ayudará a reducir las devoluciones por compra de tallas erróneas. (Como pretendemos solucionar un problema que tienen las empresas, haremos referencia a las personas que compran la ropa como consumidores, mientras que a las empresas las trataremos de clientes)

Nuestra aplicación usará la realidad aumentada (ARCore Android o ARKit iOS) para crear un maniquí virtual con las medidas del consumidor. A dicho maniquí se le podrá probar cualquier prenda de las empresas asociadas

Este programa se divide en 2 partes, la aplicación móvil y la integración en las webs de venta de ropa.

La aplicación usará la realidad aumentada (ARCore Android o ARKit iOS) para crear un maniquí virtual con las medidas del consumidor, este maniquí se asociará a su perfil.

Las empresas que colaboren tendrán un apartado en su página con el cual los consumidores podrán cargar su perfil y probar la ropa de dicha web en tiempo real.

En una segunda etapa (cuando el mercado madure más) se integrará nuestra app en paneles, ubicados en las tiendas físicas, pudiendo llegar a crear incluso una tienda sin productos expuestos.

¿Qué ofrece Dommie?

En esta era de la digitalización, con una tendencia creciente del comercio online, los consumidores siempre se enfrentan al mismo problema de la incertidumbre sobre el producto que le llegará a casa. Cuando compramos por internet nunca estamos seguros sobre si este va a satisfacer nuestras necesidades. Estas son 3 estadísticas del sector de la moda:

- ❖ El 30% del volumen total de las devoluciones.
- ❖ El 41% de los españoles compra más de una talla.
- ❖ El 89% afirma haber hecho al menos una devolución.

Para tratar de paliar esta situación surge nuestra propuesta: Crear una aplicación, la cual, con la ayuda de los últimos avances en la realidad aumentada, creará un avatar fiel a nuestras medidas con el que seremos capaces de probar aquellas prendas que veamos en la tienda online. Así sabremos de inmediato qué talla nos queda mejor o qué color nos favorece más.

A finales del 2018, el 62% de los españoles compraron en algún momento a través de internet, y lo más importante, el crecimiento es constante y tiene mucho potencial.

Gracias a la inteligencia artificial cuanto más se use nuestra aplicación, mejores serán las recomendaciones que reciban nuestros clientes.



Segmentación de mercado

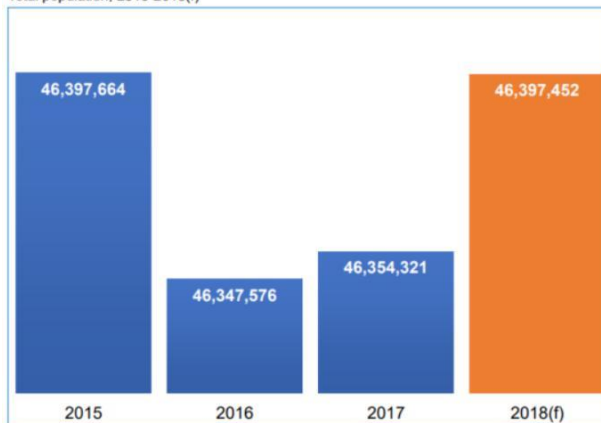
Nuestros clientes potenciales serán plataformas web de venta de ropa y tiendas físicas.

Al tratarse de un producto innovador, nuestros consumidores finales irán evolucionando según avance el tiempo y mejore la integración de este.

Los early adopters y el público joven serán los primeros en usar nuestro servicio. Es muy importante que su opinión sea positiva puesto que son personas muy influyentes para el resto de consumidores. Una vez empiece a madurar nuestro producto, nuestros clientes se multiplicarán.

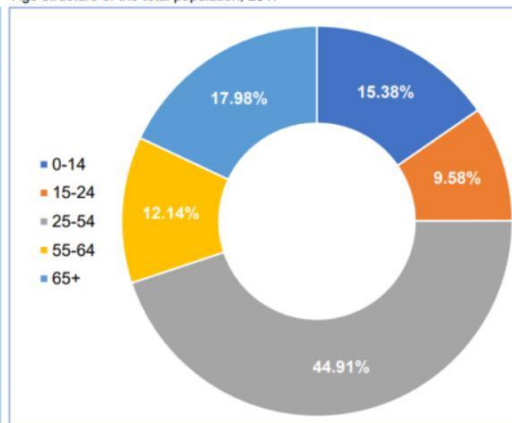
POPULATION

Total population, 2015-2018(f)



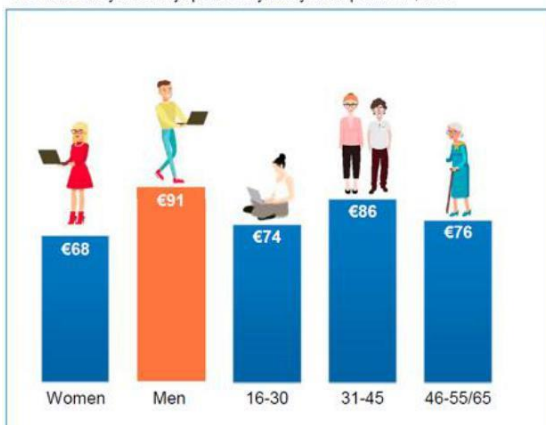
AGE STRUCTURE

Age structure of the total population, 2017



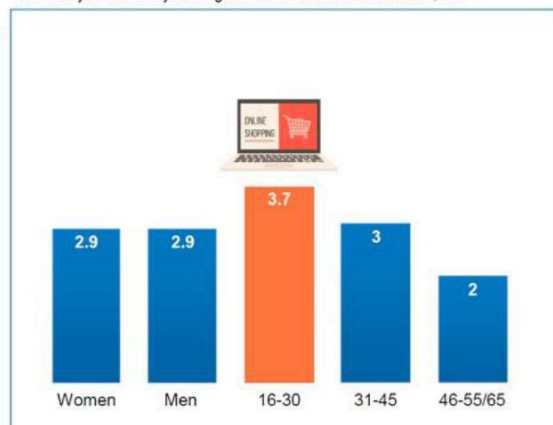
BUYER PROFILE ONLINE : THE AVERAGE EXPENDITURE

"How much do you usually spend every time you shop online?", 2017



BUYER PROFILE ONLINE: FREQUENCY OF PURCHASE

"How many times have you bought online in the last 12 months?", 2017



Clientes y Expansión

Las empresas con las que nos asociaremos, serán, a su vez, nuestros clientes: Zara, El corte inglés, Stradivarius, Desigual...

Es muy importante tener muy buenas relaciones con nuestros socios puesto que, al ser intermediarios, dependemos completamente de ellos.

Nuestro objetivo en una primera fase, sería contactar con socios líderes en España para luego dar un salto más internacional, a empresas referentes en el resto de países de la Unión Europea. En Alemania, por ejemplo, el 30% de las compras del sector textil pertenecen a la venta online. Finalmente lanzaremos a nivel global la aplicación, haciendo especial hincapié en el mercado asiático el cual absorbe muy bien este tipo de nuevas tecnologías.

Cuando nuestro volumen de tráfico sea insostenible para nuestros servidores, tendremos que hacer acuerdos con empresas como Amazon que ofrecen instalaciones con un amplio ancho de banda.

Marketing

Al ser una aplicación online nuestra idea es implementarla en las páginas web de diversas empresas del sector y crear una página oficial para darles información sobre nuestro producto y sus futuras actualizaciones.

Además, emplearemos redes sociales, blogs, e-mail para contactar con los clientes y recibir sus sugerencias, para así poder ir actualizándola a gusto de estos.

Tal y como comentamos en la segmentación, nuestro principal objetivo será llegar a los early adopters y a los blogs tecnológicos con mayor tráfico de la web para hacer llegar nuestro producto al mayor número de consumidores posible.

Esta idea, no solo está destinada a comprar por internet, también queremos incluirla en tiendas físicas mediante paneles donde el consumidor pueda cargar su perfil y seleccionar la ropa de la tienda para ver cómo le sienta. Esta es una solución hacia las personas a las que no les gusta probarse ropa en la tienda, ya sea por falta de tiempo, por no querer esperar colas o simplemente por pereza. Causas, que producen que la compra no llegue a finalizarse.

Fuentes de ingreso

Nuestro cliente no sería el consumidor sino las plataformas online de venta de ropa, por ello percibiremos una comisión del 1%

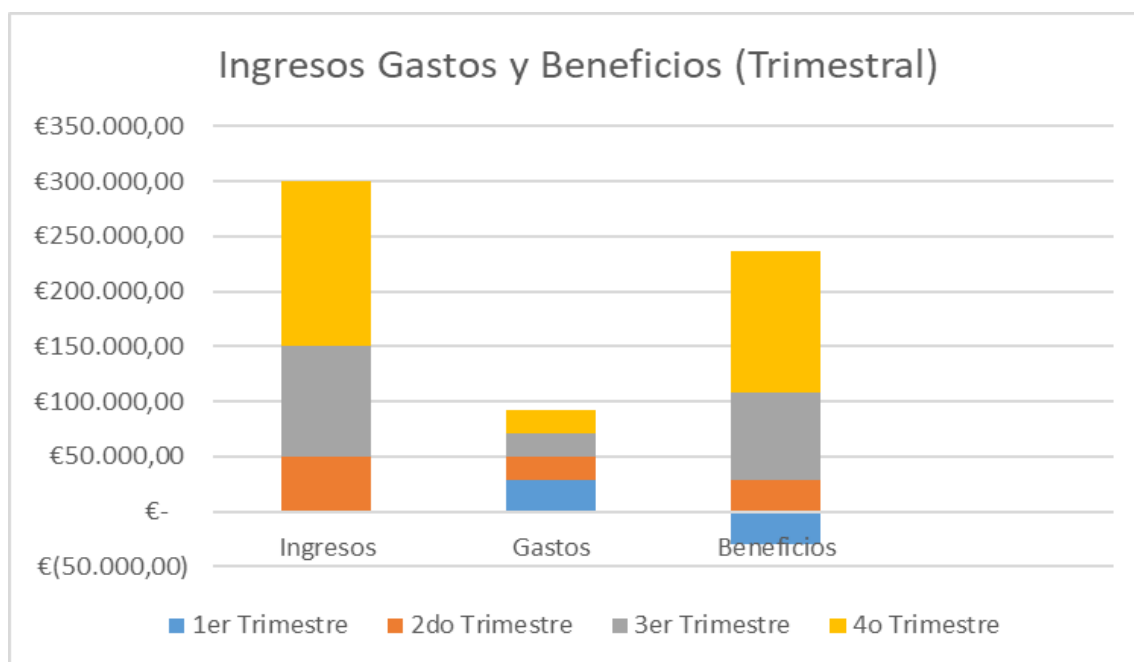
Al no depender de ninguna empresa, trataremos de contactar con el mayor número de esta para así tener un mayor alcance, y con ello mayores beneficios. Nuestra estrategia inicial se basará en las webs nacionales más concurridas, para en un futuro dar el salto a empresas cuya sede no se encuentra en nuestro país.

La privacidad es muy importante para nosotros, por ello, todos los datos de los consumidores se almacenarán en servidores propios, garantizando así el completo anonimato del cliente final.

La clave residirá en la cantidad de plataformas webs que consigamos atraer. En 2017, las ventas de Inditex superaron los 25 mil millones de euros, de los cuales un 12% provino de las ventas online, con que de ese 12%, un 1% (0,12/100) usara nuestra aplicación, obtendríamos unos ingresos anuales de 300.000€

Gracias a esta nueva generación de consumidores, tanto el uso de nuestra app como el crecimiento de las ventas online nos repercutirá de manera positiva dando como resultado un aumento de usuarios exponencial y con ello de nuestros ingresos.

Los beneficios estimados (Ni muy alcistas ni muy bajistas) nos dan un VAN a final del primer año de más de 200.000€



Estructura de costes

Estructura de costes

Inversión inicial: Equipos Informáticos: Portátiles: 4295€
Monitores: 698,35€
Proyector: 345€
Varios : 435.15€

Mobiliario: Escritorios: 449,65€
Sillas: 989.95€
Mesa de Juntas: 659,9€

Costes: Gastos fijos: Internet: 40€
Alquiler: 850€
Salarios: 5562.66€ brutos/mes
Seguros: 50€
Página Web: 10€
Servidores: 294.02€
Luz: 150€
Agua: 30€

Ingresos: Comisión por venta del 1%

Responsabilidad Social Corporativa

Como empresa intermediaria nos comprometemos a no negociar con empresas cuyos trabajadores estén en condiciones precarias. A su vez ofreceremos condiciones ventajosas a todas las empresas que realmente se comprometen con el medio ambiente.

También nos orgullecemos de disminuir la contaminación del planeta reduciendo todo lo posible las devoluciones y con ello el transporte por carretera que se genera por culpa de esta logística inversa.

Otro apartado en el que nos centraremos será en la privacidad. Ninguno de los datos de los usuarios de la aplicación se usará con fines comerciales a terceros y estarán encriptados y separados de manera lógica de cualquier otro tipo de archivos previniendo así cualquier entrada de hackers.

