

Dipsi S.R.L CANVAS

Compania a fost lăudată pentru combinația sa inovatoare de kart uri, precum și pentru metodele sale de experiență a clienților bazate pe tehnologie.

Segmentele de clienți Dipsi

Segmentul de clienți Sephora este în două grupuri:

- Consumatorii: persoanele de peste 10 ani, dornici de adrenalină.
- Afaceri: întreprinderi ce doresc dezvoltarea prosperă a companiei.(Redbull, Banca Transilvania, Țiriac AUTO, Renault, Audi, BMW)

Canalele Dipsi

Canalele Dipsi constau din:

- Sediul fizic
- Site-ul web
- Aplicație pentru iOS și Android(programare online, cont de fidelitate, reduceri)

Relațiile cu clienții Dipsi

Relațiile cu clienții Dipsi constau în:

- Serviciu clienți
- Rețelele de socializare
- Relații mobile

Propunerile de valoare ale Dipsi

Propunerile de valoare ale Dipsi constau

Oferirea de servicii pentru entertainment

- Consumatori: persoane dornice de adrenalină
- Mărci: firmele ce vor să se extindă/promoveze.

Resurse cheie ale Dipsi

Resursa cheie a Dipsi implică:

- Mărci consacrate sau care doresc să se extindă
- Angajații magazinelor
- Dezvoltatori de tehnologie

Activitățile cheie ale Dipsi

Activitățile cheie ale Dipsi constau în:

- Testarea kart-urilor

- Programări online

Partenerii cheie ai Dipsi

Partenerii cheie ai Dipsi sunt:

- Branduri de automobile
- Elevi de la S.A.M ce pot face orele de practică, studenți la facultăți tehnice.
- Dispeceri

Structura costurilor Dipsi

Structura costurilor Dipsi constă din:

- Marketing
- Dezvoltatori de tehnologie de vânzare
- Salariile angajaților

Fluxurile de venituri ale Dipsi

Fluxurile de venituri ale Dipsi constau din:

- Inchirierea
- Vânzarea de băuturi energizante, carbogazoase