

LA GUÍA CANVAS POP-UP



¿POR QUÉ UNA POP-UP?

Desde la llegada de internet, nuestras vidas han cambiado. Durante la última década, las marcas minoristas han estado luchando en una batalla dual, tratando de crear una presencia innovadora online mientras intentan reinventar sus espacios físicos.

UNA Y OTRA VEZ.



El uso de internet ha brindado a los clientes acceso virtual a todo el mundo: esto representa infinitas opciones para las tiendas. Por otro lado, el desarrollo de tecnologías móviles ha permitido que la información esté al alcance de la mano, en cualquier momento y en cualquier lugar.

En este contexto, los pop-ups se han convertido en un punto de contacto físico flexible donde las marcas pueden satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores, dando importancia al uso de internet.





GO-POPUP Y TÚ

Queremos apoyarte de la manera correcta en el proceso de creación de tu pop-up; para ello es esencial entender lo que tienes en mente. Es justo durante este paso que nuestro Pop-Up Canvas resulta útil: basado en el Business Model Canvas, es un marco para ayudarte a la conceptualización de tu pop-up, paso a paso. Te ayudará a analizar y comprender lo que debe tener en cuenta antes de lanzar un pop-up; y además, también te ayudará a tener una visión general clara. De este modo, podrás llevar a cabo el proyecto estratégicamente y lanzarlo con éxito.

Este manual te llevará de idea a idea, a tener una visión general de tu pop-up. Te guiaremos a través de todos los pasos que debe tener en cuenta al lanzar un evento.

LISTO

PARA DEFINIR

TU POP-UP?

ANÁLISIS DEL CONCEPTO



PASO 1
Necesidades
Básicas



PASO 2
Inspiración



PASO 3
Expectativas
Emergentes



PASO 4
El Objetivo
Cumple las
Expectativas

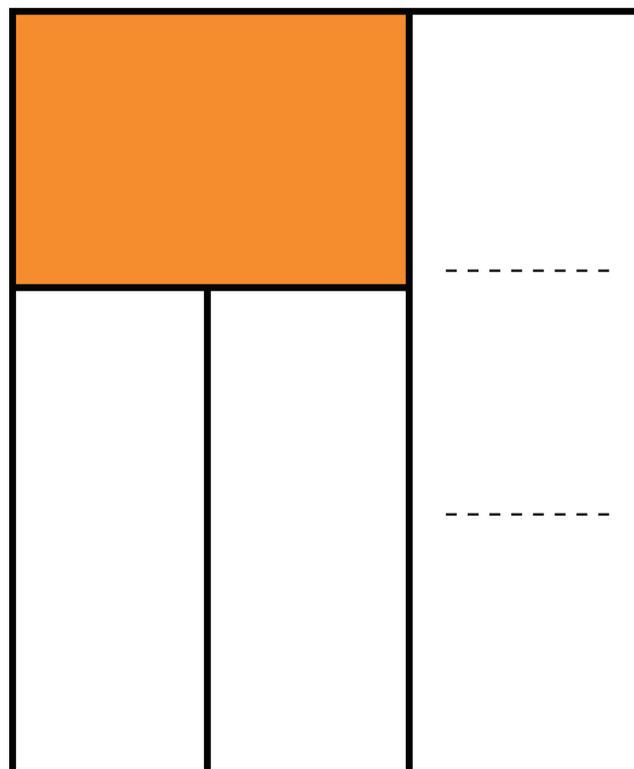


PASO 1

NECESIDADES BÁSICAS

Debido a razones tecnológicas, sociales y económicas, los consumidores se enfrentan cambios constantemente. Piensa por qué tu empresa quiere hacer un pop-up, ¿Cuál es la necesidad que te está presionando para que esto suceda ahora? ¿Cuál es el concepto de este pop-up?

POP-UP CANVAS



ANÁLISIS DEL CONCEPTO.

PASO 2 INSPIRACIÓN

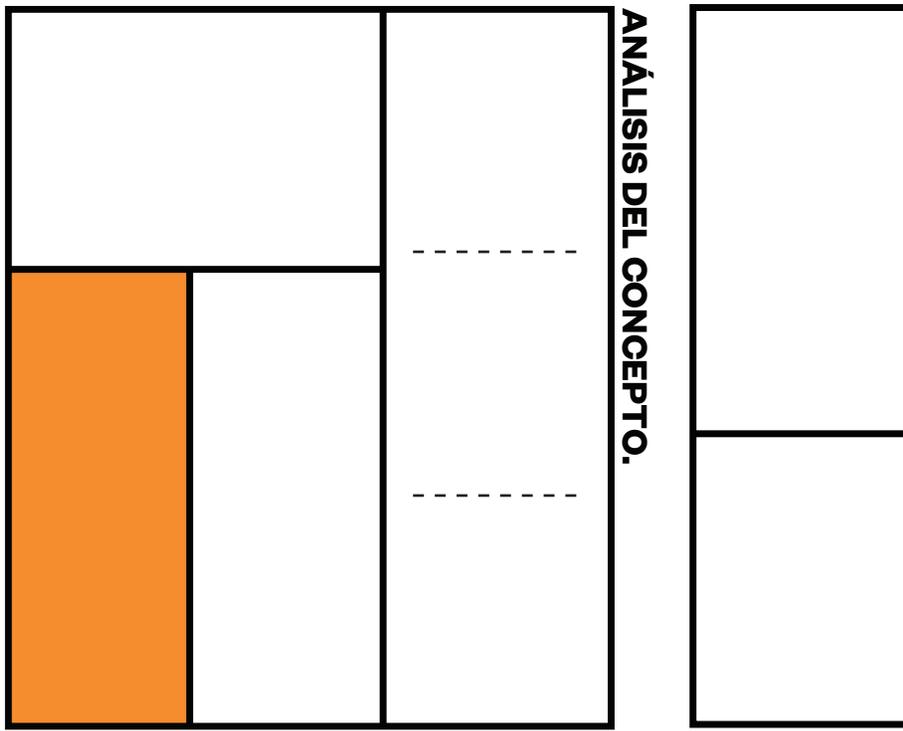


Elige un pop-up que te haya inspirado y analízalo paso a paso. Piensa en: por qué te ha inspirado, qué te ha gustado, cómo se ha hecho, cómo se ha creado el evento.



Inspírate en la siguiente página con algunos de los pop-ups creados por Go—PopUp y espacios que ofrecemos.

POP-UP CANVAS





INSPIRACIÓN

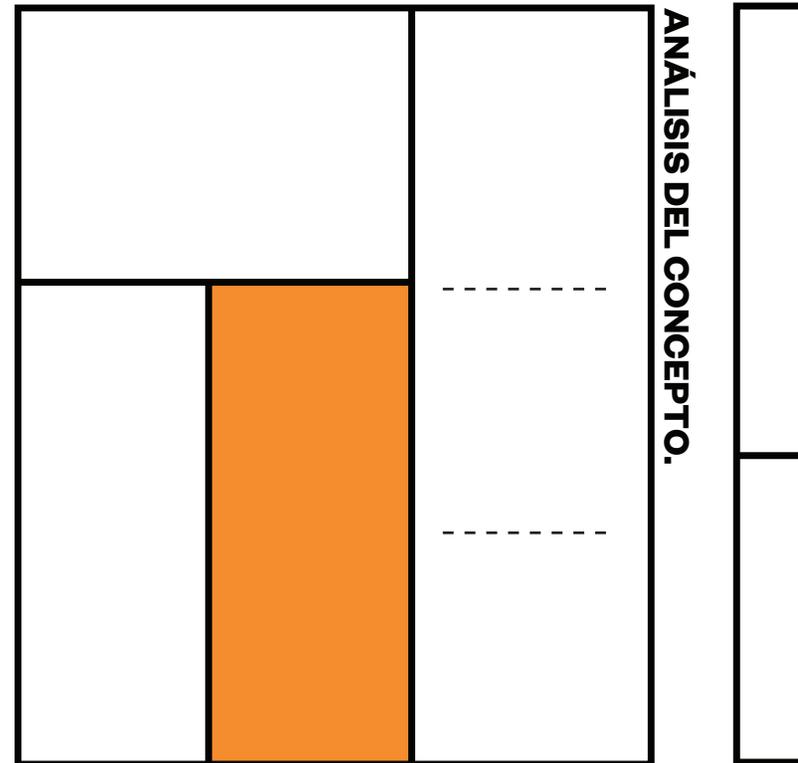
PASO 3

EXPECTATIVAS EMERGENTES

Piensa en el contexto social: analiza el cambio en la sociedad, ¿por qué el pop-up es relevante en el contexto sociocultural-tecnológico de hoy? ¿Por qué no el año pasado? ¿Por qué no el año que viene?



POP-UP CANVAS



PASO 4

EL OBJETIVO

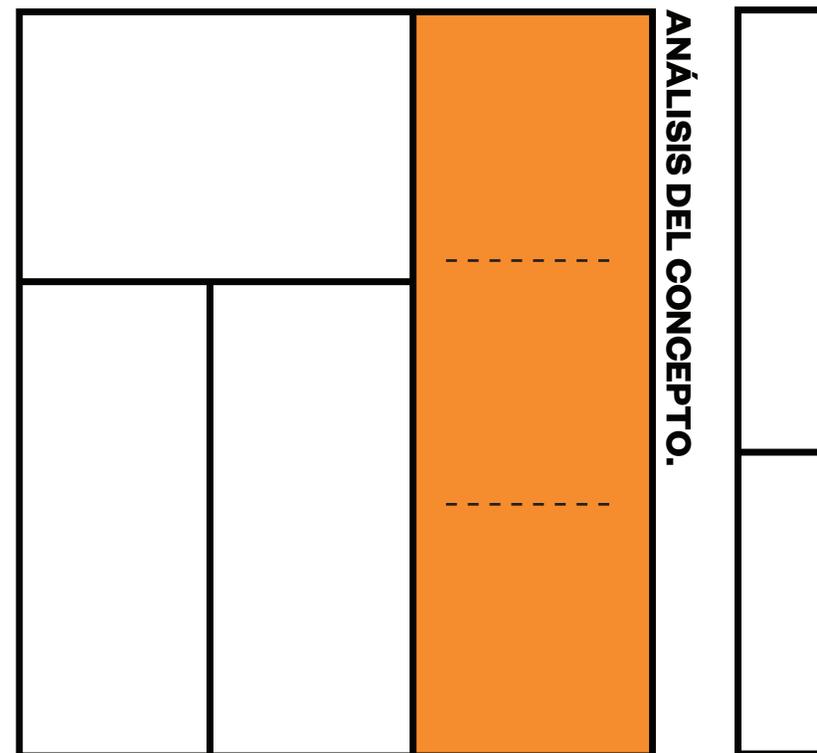
CUMPLE LAS

EXPECTATIVAS

¿Qué valor creará tu evento pop-up?
 ¿Qué expectativas únicas del cliente se están tomando en cuenta? ¿Cuáles serán los objetivos de este pop-up, teniendo en cuenta las expectativas del cliente/consumidor?



POP-UP CANVAS



ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES BÁSICAS



PASO 1
Tu Público



PASO 2
Costes



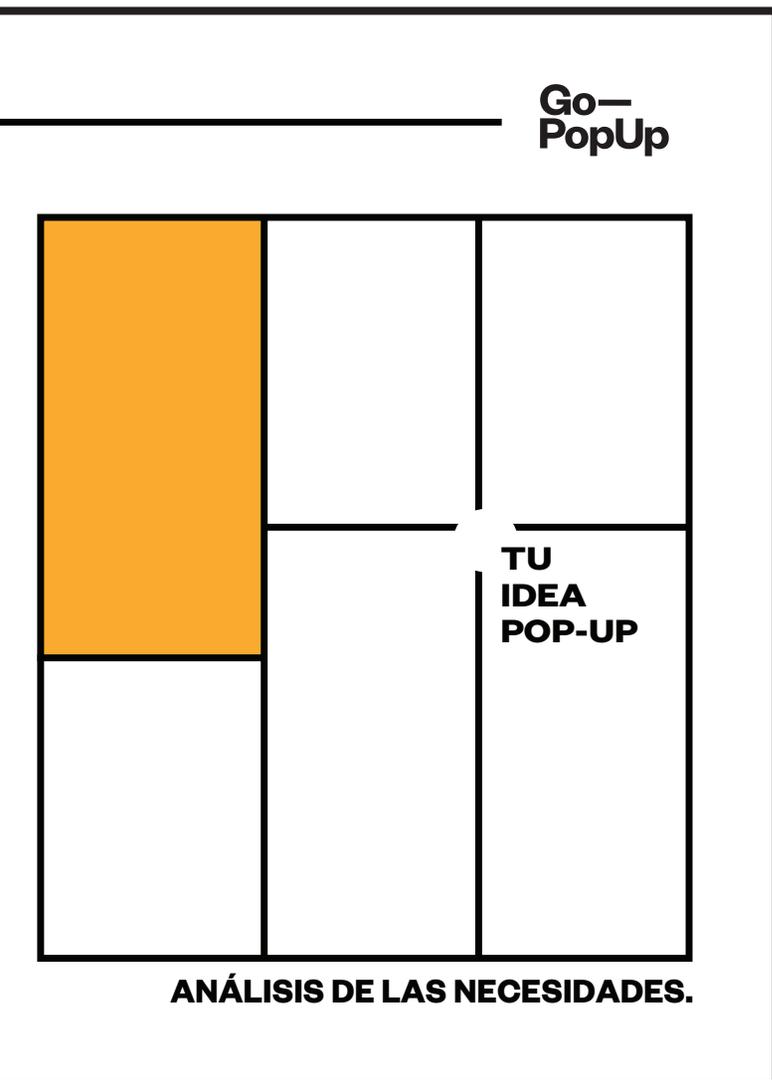
PASO 3
Lugar



PASO 4
Socios Clave



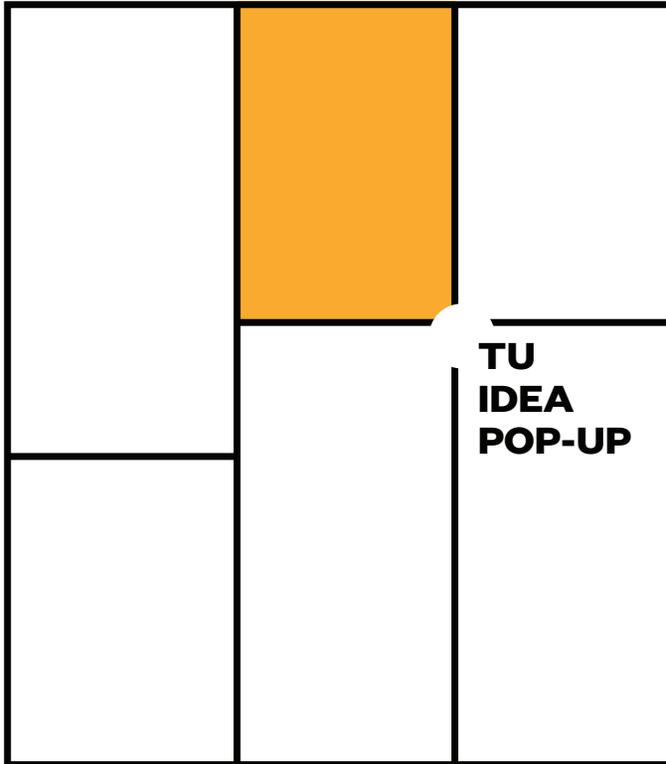
PASO 5
Recursos
Clave



PASO1

TU PÚBLICO

Tienes que saber quién es tu público, a quién quiere abordar. Comprender sus características: esto te ayudará a subir a tener más claro lo que has de hacer.



ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES.

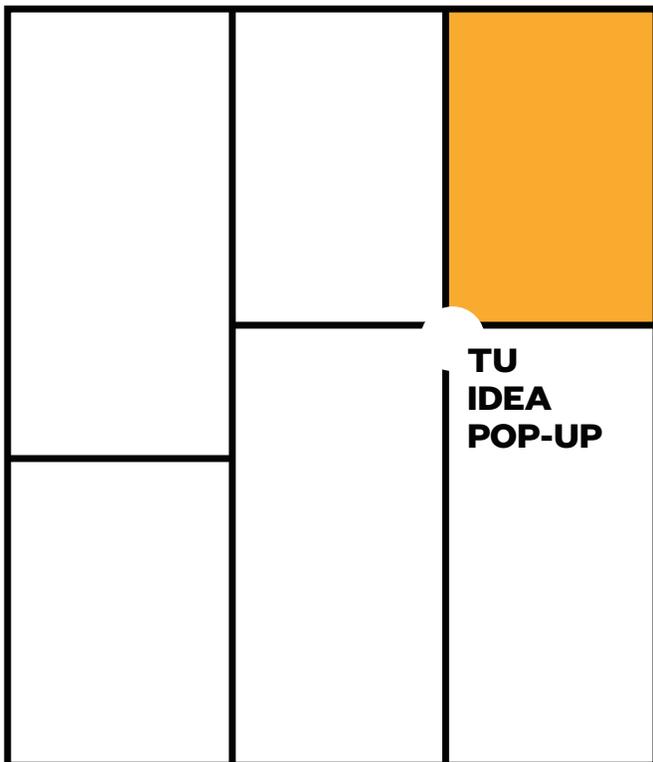
PASO 2

COSTES

Asegúrate de tener en cuenta todos los costos involucrados, un error de juicio podría ser fatal para el proyecto. Asegúrate de volver a los recursos clave para no olvidar nada.



Go—
PopUp



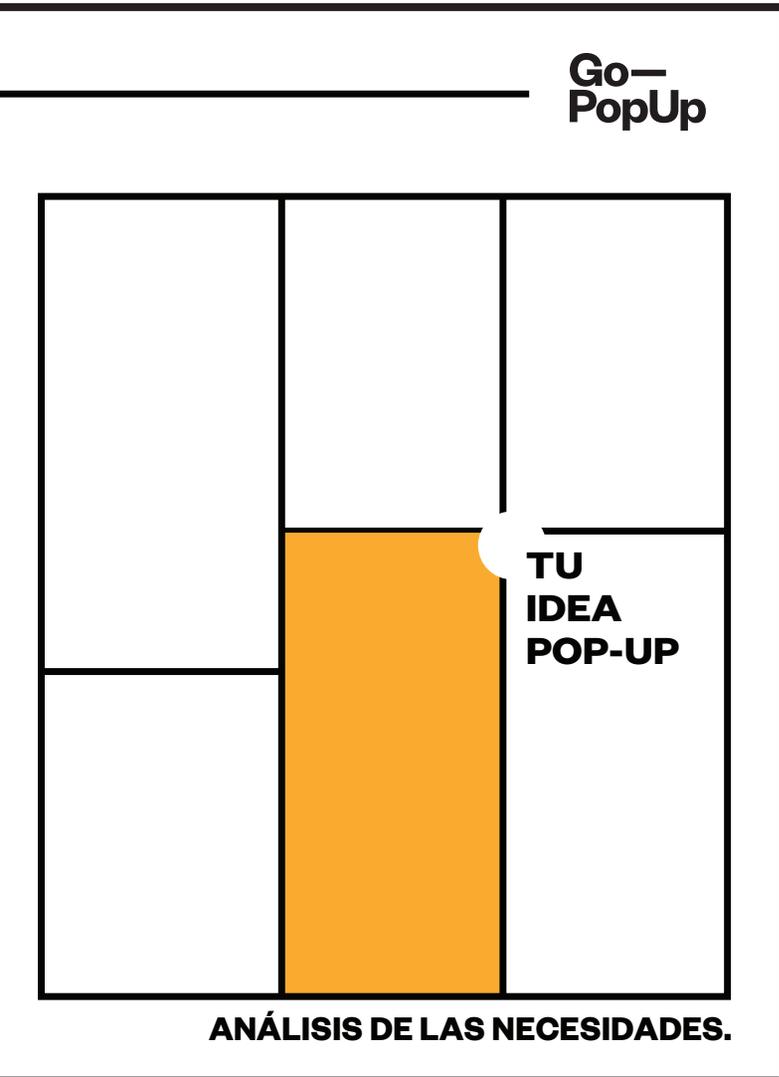
ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES.

PASO 3

LUGAR

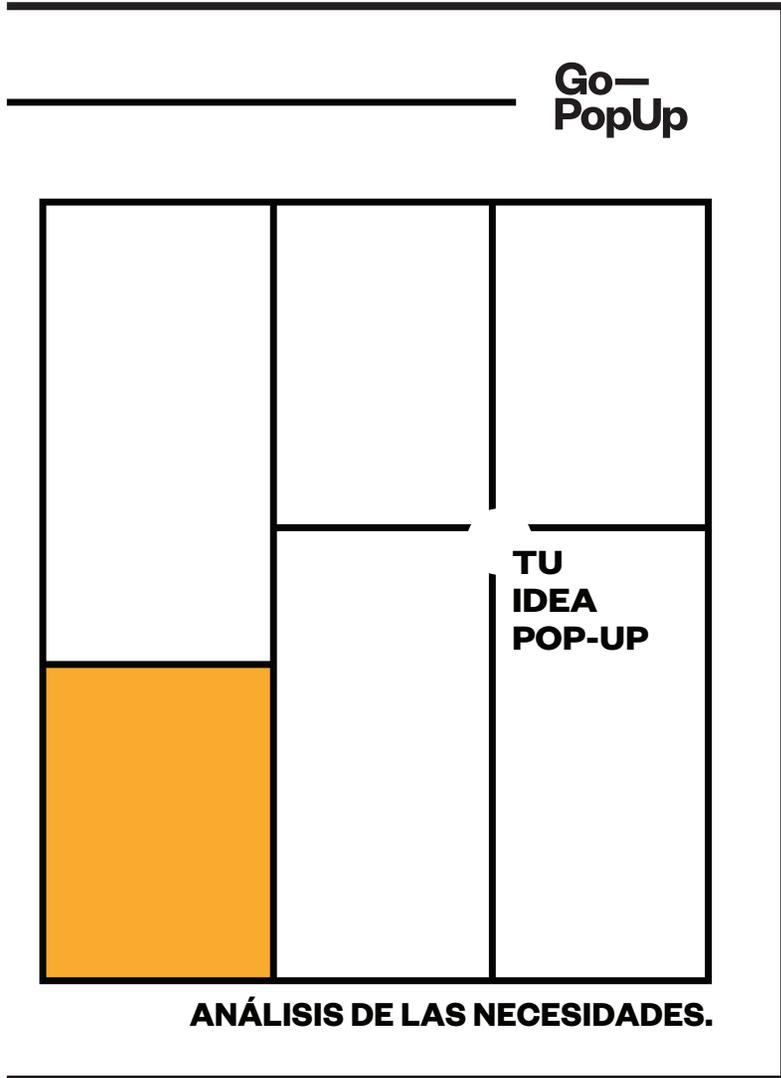


Elegir el lugar es crucial para el éxito de tu pop-up. Decidir el lugar adecuado, teniendo en cuenta los objetivos del pop-up, la idea o el concepto y el público. Vuelve a los recursos clave y asegúrate de no estar olvidando algo.



PASO 4 **SOCIOS CLAVE**

Piensa en cualquier persona, entidad o marca que pueda ayudar y apoyar la realización de tus ventana. Por ejemplo, lanzar el pop-up con otra marca que complementa tu producto, puede ser una opción muy exitosa, ya que ayudaría a compartir los costos.



PASO 5

RECURSOS

Sin los recursos adecuados, no llegarás lejos. Sé específico sobre todas las cosas que puedas necesitar.



ÚLTIMO PASO

IDEA DEL POP-UP

El concepto central de tu pop-up. Dale un nombre a tu evento, piensa en algo que consolide todas las ideas en función de los puntos que has recopilado. Encuentra de 3 a 5 adjetivos que describan el concepto de tu ventana emergente. Dichos adjetivos deben representar el tema y la idea de su ventana emergente y ser su punto de referencia para futuras decisiones.

Además, si tienes una idea clara de cómo será tu pop-up, intenta escribir en pocas palabras una descripción de tu concepto.

¡Bien hecho! Ya puedes comenzar a crear las bases para la próxima pop-up usando el canvas que te guiará paso a paso!

UNA NOTA SOBRE PLAZO DE EJECUCIÓN

El tiempo para llevar a cabo el proyecto desde el concepto hasta el lanzamiento puede ser más largo de lo que generalmente la gente cree. Por ejemplo, es posible que desees un pop-up en un lugar que requiere un permiso, o una actividad específica que te gustaría llevar a cabo implica medidas de seguridad particulares. Todos estos pasos, además de encontrar el espacio adecuado, requieren tiempo. En términos generales, si nos presenta un concepto, calculamos un periodo de 6 meses en abrir un pop-up. Por supuesto, depende de la idea: una simple se puede elaborar en menos tiempo. Aún así, si tiene en mente un concepto específico y más complejo, desarrollarlo para que sea una experiencia inolvidable para los clientes, podría llevar varios meses.

¡No te desanimes, sabemos cómo hacer que los pop-up se hagan realidad!

Para más información
visita gopopup.com

POP-UP CANVAS

Go—
PopUp

CLAVES ¿Qué te impusa a lanzar un pop-up?		EL OBJETIVO CUMPLE CON LA EXPECTATIVA ¿Qué valor creará tu pop-up? Qué experiencia unica estás creando alrededor de las expectativas de los consumidores? ----- OBJETIVOS A CORTO PLAZO ----- OBJETIVOS A LARGO PLAZO
INSPIRACIÓN ¿Qué inspira a tu empresa? ¿Qué otros pop-ups te han gustado y te han inspirado? ¿Porqué?	CONTEXTO ¿Cuáles son las expectativas emergentes de tus clientes?	

ANÁLISIS DEL CONCEPTO.

TU PÚBLICO ¿Para quién estás creando esta experiencia? ¿Cuáles son sus características y expectativas?	COSTES ¿Cuáles son los costos? ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes al pop-up?	ESPACIO ¿Cuáles son las características que debe tener el lugar para proporcionar la experiencia adecuada?
	PARTNERS CLAVE ¿Quiénes podrían ser tus socios clave? Proveedores clave?	
RECURSOS CLAVE ¿Qué recursos clave son esenciales para lanzar tu pop-up?		

ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES.