

# Be Helpie

## Descripción del modelo de negocio

Internamente definimos el detalle del modelo de negocio de Be Helpie como "la cascada". Con una visión secuencial, Be Helpie adquiere usuarios, los retiene, consigue que participen y que esa actividad genere ingresos.

Desde la publicación de la app hemos desarrollado, medido y optimizado un proceso que calcula los ingresos de la plataforma en base al número de usuarios. Cada uno de los aspectos de la monetización (exceptuando los patrocinios) depende fundamentalmente del número de usuarios y su actividad, que se refleja en número de participaciones en sorteos, visualizaciones de contenidos, participaciones en juegos, etc.

Este modelo se aplica en la generación de proyecciones de Be Helpie y es mensualmente medido generando las métricas de referencia para la app.

Todos los datos de "estimaciones" derivan del análisis y proyección de los datos obtenidos desde octubre de 2017 que, o bien se han consolidado, o bien han marcado una tendencia que reflejamos en el documento. Los denominamos datos **consolidados**.

Este documento explica, estructuradamente, cada uno de los conceptos aplicados con el fin de permitir entender el origen de los datos.

## 1. MARKETING

- **CAC estimado:** Determina el coste de adquisición de cada usuarios. Se consigue dividiendo la inversión total realizada en marketing entre el número de usuarios adquiridos. En este último año hemos invertido un total de 24.276,30€ y hemos adquiridos un total de 26,148 usuarios. El CAC es de 0,93 €/us. El dato es excelente.

- **Factor orgánico:** Este dato lo determinamos en base a un dato **consolidado** (es decir, medido y establecido durante el último año). En este último año hemos conseguido, de manera orgánica, gracias a la publicidad, un número de 3.403 usuarios. Es un factor en el que hemos empezado a trabajar con una estrategia de creación de comunidad en redes sociales, co-branding e influencers.

## 2. ADQUISICIÓN

Adquirimos usuarios a través de 4 vías diferentes todas las cuales dependen, de una u otra manera, de la inversión realizada en marketing

- **Ads:** La adquisición vía Ads se calcula dividiendo el presupuesto de marketing asignado entre el CAC **consolidado** (es decir, medido y establecido durante el último año)

- **Invitaciones:** La adquisición por invitaciones se estima a partir del histórico **consolidado** y depende directamente del número de usuarios adquiridos vía Ads. Es uno de los factores de gamificación en los que más se va a invertir en los próximos meses, ya que consideramos que es mejorable.

- **Orgánico:** La adquisición por orgánico se calcula a partir de un ratio estimado en base a la evolución de ratio histórico de crecimiento orgánico.

- **Conversión desde web:** La conversión desde web parte de una estimación (hipótesis) de que el 30% de los usuarios adquiridos vía web convertirán en usuarios app gracias a la estrategia de email marketing

# Be Helpie

**Total nuevos usuarios:** Es el total de nuevos usuarios adquiridos a lo largo de los meses, que se obtiene aplicando el modelo de retención **consolidado**.

**Total retenido:** Obtenemos el número de usuarios retenidos aplicando el **consolidado** de la retención conseguida.

### 3. RATIOS Y PARTICIPACIONES EN APP

- **Usuarios participantes:** En base al **consolidado** sabemos que el 80% de los usuarios retenidos en la aplicación participan en cualquiera de sus modalidades (créditos, diamantes, sorteos con donación o dona helpings)

- **€ / Usuario participante:** Por otro lado tenemos medido y **consolidado** a futuro el ratio de euros recaudado por cada usuario participante.

**Recaudado App:** La multiplicación de los usuarios participantes entre el promedio de donación por usuario da un total de recaudación en la app.

**Ingresos App:** A esta recaudación se aplica nuestra comisión y se minoriza el IVA correspondiente para obtener el dato de ingresos directos por app.

### 4. PUBLICIDAD DE TERCEROS

Proyección de ingresos obtenidos vía plataformas de publicidad de terceros (Facebook, Google, MoPub)

- **Usuarios activos:** El dato inicial del que partimos es el número de usuarios activos que tenemos en la app, calculado en la línea "Adquisición / Total retenido"

- **Impactos / Usuario:** Hemos medido los impactos medios que se generan por usuario y mes en base al **consolidado** de la actividad que tenemos en la app.

- **Tasa de relleno:** Este dato nos lo dan las redes de terceros y supone el número de veces que las redes nos sirven anuncio cuando lo solicitamos. Este dato depende directamente de la calidad con la que mostramos los anuncios. Si las redes detectan que nuestros anuncios son efectivos y que los usuarios que tenemos responden, nos sirven el anuncio con mayor probabilidad. Hasta ahora este dato es excelente.

- **eCPM:** Es dato nos dan las también redes de terceros y representa el rendimiento medio por cada anuncio. Incluye promediado el número de clics que hace el usuario en la app y el número de visualizaciones del anuncio. Podría entenderse como el "rendimiento del anuncio".

**Ingresos Ads:** Se obtiene del cálculo de los factores anteriores y refleja los ingresos obtenidos por publicidad de terceros

### 5. PUBLICIDAD EMPRESAS HELPIES

- **Usuarios activos:** Una vez más partimos del número de usuarios activos en la app

- **Impactos / Usuario:** Tenemos medido y **consolidado** el número de impacto medio por usuario y mes. Representa el número de veces que los usuarios reciben impactos de Empresas Helpies al entrar en sus contenidos y participar en sus sorteos con créditos. Los impactos se contabilizan, para las Empresas Helpies:

- Al entrar en el contenido para participar,

# Be Helpie

- Al participar y recibir el impacto de un banner interstitial y
- Al hacer clic en el botón de "visitar web de la empresa"

- **Tasa de relleno:** Esta tasa de relleno marca los objetivos y capacidad de comercialización por parte del equipo de fuerza de ventas de Be Helpie.

- **CPM:** Representa la tarifa que cobramos a las Empresas Helpies en base a la modalidad que eligen y la cuota mensual que pagan.

**Ingresos Publicidad Helpies:** Contabilizan el total de ingresos obtenidos por esta vía de venta de publicidad.

## 6. MONETIZACIÓN POR PATROCINIO

Paralelamente a la vía de ingresos obtenidos directamente por la plataforma, la empresa tiene una vía de monetización complementaria basada en un modelo de patrocinio de Be Heloe.

### **Empresa Patronus**

Be Helpie es:

- Una aplicación concebida para **gente joven**, Millenials y Generación Z (aunque nuestra franja de usuarios alcanza los 50 años)
- Que aúna **entretenimiento y tecnología**
- Con un alto **impacto social**

Estos aspectos hacen que nuestro producto resulte muy interesante para grandes corporaciones, empresas y marcas que están queriendo posicionarse, exactamente, cerca de estos **mismos valores**. Esto nos ha permitido establecer relaciones de primer nivel con los departamentos de marketing, publicidad y patrocinio y RSC de empresas como: REPSOL, CAIXABANK, EL CORTEO INGLES, RTVE, FIESTA, CASTILLO DE PERELADA, SANITAS, GAES, ESTRELLA GALICIA, SEUR, CORREOS o HEINEKEN entre otros.

A estas empresas se les ha ofrecido la posibilidad de Patrocinar la aplicación, colocando su logotipo en un emplazamiento destacado de la aplicación y de la web a cambio de un fee mensual que va de los 1.000€ a los 5.000€

# Be Helpie

## PARTICIPACIONES VERSIÓN WEB (SaaS)

El modelo web viene a subsanar varias barreras detectadas en este último año. Por un lado la incomodidad de los usuarios para **descargarse** la app, por otro lado la dificultad de las Asociaciones para difundir y **compartir** los enlaces (dado que son enlaces app) y, por último, el porcentaje de usuarios que conseguimos llevar al modo "**donación**" frente a los que se mantienen en modo "créditos o diamantes".

Con la versión web:

- Desaparece la necesidad de **descargar** una app para participar,
- Las Asociaciones obtienen una URL en minutos que pueden fácilmente **compartir** y, sobre todo,
- El 100% de los usuarios adquiridos mediante esta vía son donantes, ya que no existe la posibilidad de participar vía web en sorteos con créditos o diamantes.

No obstante, los beneficios obtenidos por donar (créditos de regalo, subida de nivel, diamantes...) sí quedan almacenados y vinculados al usuarios, como **estrategia** para captarlos como usuarios app y llevarlos a nuestro terreno: engagement y gamificación con fines solidarios.

Dado que el modelo de versión web está todavía en modo beta, los datos planteados en esta tabla:

- Han sido calculados en base a **hipótesis**,
  - Son bastante **prudentes** (desconocemos el éxito que puede tener la plataforma) y
  - Sirven de foco para marcar los **objetivos** comerciales que la empresa debe alcanzar.
- **Usuarios nuevos:** Marcan el objetivo comercial de usuarios que el equipo comercial de la empresa tiene que obtener vía web.
- **€ / Usuario nuevo web:** Se refleja como el total de los usuarios que entran a través de este sistema lo hacen directamente con donación. En meses sucesivos, se incrementa ese dato asumiendo que la confianza depositada hará que determinados usuarios donen recurrentemente. El perfil de estos usuarios es más solidario y buscan más apoyar a la Asociación que la obtención del premio. El mejor ejemplo de que esta hipótesis es cierta es que en el experimento previo realizado, un usuario que donó un total de 33€ en un único día, resultó ganador del premio (una Tablet) y renunció al premio para que fuera de nuevo donado en la aplicación, ya que su intención era apoyar a la causa y no tanto conseguir el premio.
- **Asociaciones:** Refleja el número de Asociaciones que se suman a este modelo de la plataforma y, nuevamente, marcan objetivos comerciales a la fuerza de venta.
- **Asociaciones pago:** Asumimos que los primeros meses las Asociaciones que se sumen al proyecto elegirán la opción FREE y, conforme vayan viendo que los sorteos les aportan valor, recaudación, difusión de marca, etc. optarán por subir de plan y pasar a la opción BASIC o PRO. Esta columna refleja el número de Asociaciones de pago y la cuota.

**Recaudado web:** Total recaudado a través de los usuarios, obtenido de multiplicar el número de usuarios por el ratio de €/usuario.

**Cuotas web:** Total recaudado obtenido a través de Asociaciones que pagan cuota, obtenido de multiplicar el número de asociaciones de pago por la opción de cuota elegida. (Hemos optado por proyectar siempre la opción intermedia de 29€/mes).

**Ingresos web:** Total ingresos vías plataforma web.

**Be Helpie** 