



revo

GRAN CONSUMO

|

RETAIL

|

INDUSTRIA

|

SERVICIOS

Productizamos (convertimos en productos/servicios) nuevos modelos de negocio

Provocamos puntos de inflexión en las empresas definiendo **nuevos modelos de negocio**. Lanzamos al mercado **productos y servicios** que contribuyen al crecimiento de su negocio y a la (r)evolución de su actividad.

Consultoría estratégica de modelo de negocio

Revo es una empresa de consultoría estratégica especializada en la definición de modelos de negocio. Productizamos (convertimos en productos y servicios de mercado) nuevos modelos de negocio.

Somos especialistas en 4 sectores que se retroalimentan y nos permiten aportar una visión transversal y cruzar conocimiento generando sinergias.

Revo representa el mix de estrategia y producto (físico y digital), tanto en la conceptualización de nuevos productos/servicios, como en su productización y aproximación al mercado.

Nuestra actividad en Gran Consumo, Retail, industria y servicios nos da una **visión transversal y profunda** de los usuarios/ consumidores, la coyuntura del mercado y las tendencias que impactan al modelo de negocio.

Expertos en productizar nuevos modelos de negocio

En el área de servicios, **creamos referentes de mercado y estamos enfocados en la salida al mercado de nuestros productos/servicios con la calidad y retorno económico definido** junto a nuestros clientes

Desarrollamos referentes de mercado junto a nuestros clientes en los sectores de:

- Banca y fintech
- Seguros
- Telecomunicaciones
- Formación y contenidos
- Servicios profesionales
- Energía, agua y electricidad
- Facilities
- Sociosanitario
- Intermodalidad y última milla
- Tecnología y digitalización
- Startups
- Laboratorios



Adaptados
a tu target.

Productos y
servicios de alto
valor percibido

Adaptados
a tu momento.

Adaptados
a tu ADN.

Somos expertos en Servicios

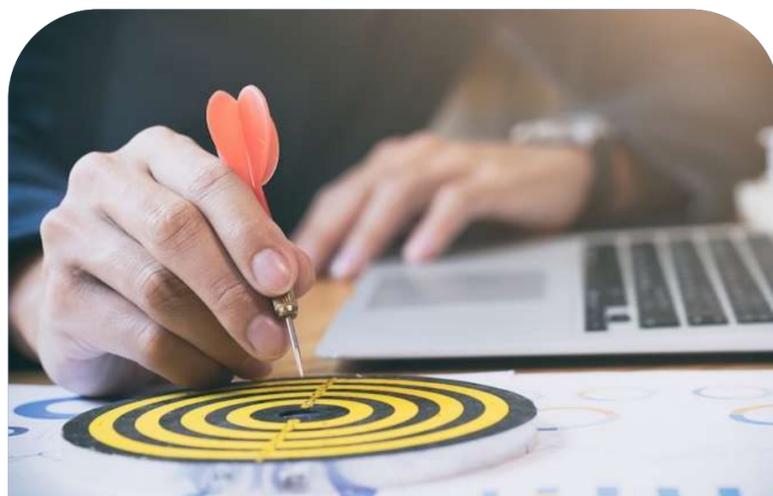
Expertos en desarrollar productos y servicios de alto valor percibido por el cliente, adaptados al target, momento y ADN del cliente

-  Análisis estratégico de datos
-  Entornos digitales
-  Inteligencia de mercado y tendencias de consumo
-  Análisis estratégico del usuario y sus necesidades (cuantitativo y cualitativo)
-  Targetización actitudinal en base a la estructura familiar y life journey
-  Nuevos modelos de negocio
-  Interface de uso

Productizar servicios

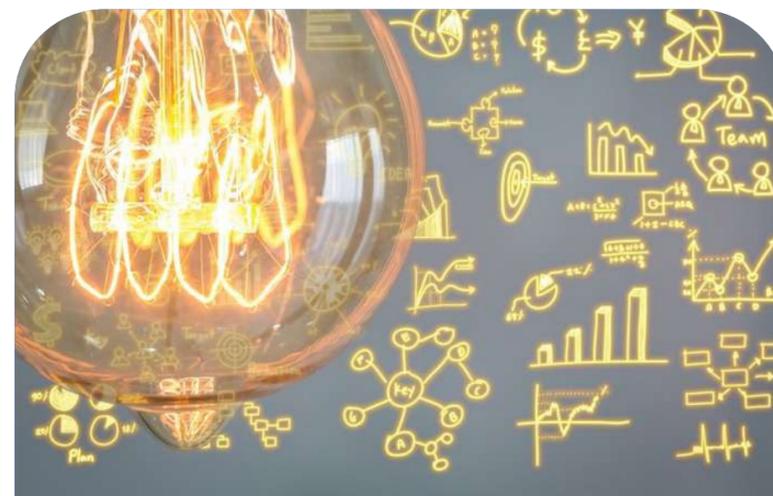
Conceptualizar, desarrollar y llevar al mercado productos y servicios diferenciales.

Somos expertos en Servicios



Definición estratégica y modelos de negocio para maximizar la oportunidad

- Identificar, definir y maximizar territorios de oportunidad
- Plan estratégico y plan estratégico de producto
- Diversificación estratégica
- Aceleración corporativa
Infraestructuras de innovación



Conceptualización estratégica de la oferta

- Posicionamiento estratégico y propuesta de valor de la oferta
- Definición de ventajas competitivas, ADN y constructos de valor de la oferta
- Conceptualización estratégica de la oferta



Desarrollo de productos y servicios (Productizar)

- Tangibilizar el posicionamiento estratégico en ofertas diferenciales
- Definir y desarrollar productos/servicios referentes de mercado
- Desarrollar ofertas por plataformas UX/UI productos digitales
- Project Management para implantar SW



Estrategia comercial y go to market

- Estrategia de captación y onboarding digital
- Estrategias de fidelización y definición de rutas de vinculación
- Maximizar la rentabilidad de clientes
- Estrategias go to market y comercialización
- Implementación y seguimiento

Acompañamiento global: Proyectos llave en mano, end2end

Operadora de autopistas

Definición e implantación de un servicio de pago móvil de peajes y creación de una comunidad de usuarios

Referente mundial en la gestión de autopistas con más de 60 años de experiencia y alrededor de 14.000 empleados. El Grupo explota y gestiona autopistas en 15 países entre Europa, Norteamérica, Latinoamérica y Asia.

Reto&Objetivos

El cliente solicita el diseño de una solución de SmartPay que enfatice la facilidad de uso y descarga.

El objetivo incluye la definición, especificación y testeo de un MPV para su lanzamiento que ayude a conseguir la credibilidad de uso del modelo SmartPay que posibilite la futura expansión del negocio en nuevos servicios.

Solución

Creación de un nuevo servicio digital con foco en la comodidad y uso del cliente.

Se define un modelo de servicios digital con una interfaz de fácil uso e implementación que permite capitalizar todo el consumo realizado por el cliente dentro de la infraestructura de la autopista así como de otros servicios (parking, etc.). Al usuario le permite el pago conjunto y unificado.

Resultado

En 2022 se lanza una app móvil para el pago de peajes, logrando realizar un piloto con 13.000 usuarios activos en el mismo año. La app facilita la gestión del pago y ahorra tiempo al usuario, al tiempo que aporta un canal digital para la captación de clientes.



Capitalización del consumo

Fidelización y captación de clientes

Piloto de > 13.000 usuarios

Eficiencia y ahorro de tiempo al usuario



Club Automovístico, asegurador y asistencial

Estrategia de fidelización y generación de un nuevo sentido de pertenencia

Organización de referencia en el ámbito de la movilidad a nivel internacional. Su **oferta asistencial**, originariamente enfocada al ámbito de la movilidad en carretera, ha evolucionado hasta abarcar **todo tipo de seguros ligados a la asistencia personal** (hogar, viajes, salud, vida, decesos, deporte, riesgos laborales, mascotas, etc.); así como a ofrecer, desde educación vial a través de autoescuelas franquiciadas, hasta servicios telefónicos o reformas en el hogar.

Reto&Objetivos

Identificar maneras de **fidelizar clientes y de captar a las nuevas generaciones**.

Para ello, se hace necesaria la redefinición del concepto de socio y sus diferentes modalidades a través de una nueva interpretación del concepto "asistencia" que lo diferencie (aportando valor) respecto a la competencia.

Solución

Creación de un **nuevo portfolio de servicios basados en el concepto "pago por uso"** (seguros "on demand"), apalancados en el ADN de la compañía (basado en el sentido de pertenencia y el concepto "premium"), que respondan y maximicen el perfil del socio.

Resultado

Incremento del número de socios, su vinculación y sentido de pertenencia, resultando en un **incremento de la rentabilidad por socio**. Todo ello, a través del desarrollo de estructuras de captación y de una estructuración más clara de la oferta que facilita la venta cruzada.

Sentido de pertenencia

Incremento de la rentabilidad por socio

Propuesta de valor

Captación de nuevos socios

Entidad bancaria

Nueva cuenta corriente digital como infraestructura de captación y relación

Referente mundial en la gestión de autopistas con más de 60 años de experiencia y alrededor de 14.000 empleados. El Grupo explota y gestiona autopistas en 15 países entre Europa, Norteamérica, Latinoamérica y Asia.

Reto&Objetivos

En un mercado homogéneo y saturado, la compañía busca lanzar una nueva cuenta corriente digital altamente diferencial y con una propuesta de valor clara con el objetivo de generar una captación masiva de nuevos clientes digitales prestando especial atención a la facilitación del proceso de onboarding.

Solución

Se ha conceptualizado, definido y desarrollado una estructura de cuenta corriente por plataformas de producto, que permite una comprensión rápida de sus atributos diferenciales por parte del cliente y facilita la construcción del sentido de pertenencia ya que se adapta a sus necesidades vitales y preferencias de consumo.

Resultado

El banco lanza su cuenta digital, tras un desarrollo tecnológico y de oferta a nivel interno en tiempo récord. Tras 6 meses en el mercado, la cuenta capta un gran volumen de clientes, batiendo los objetivos establecidos inicialmente.

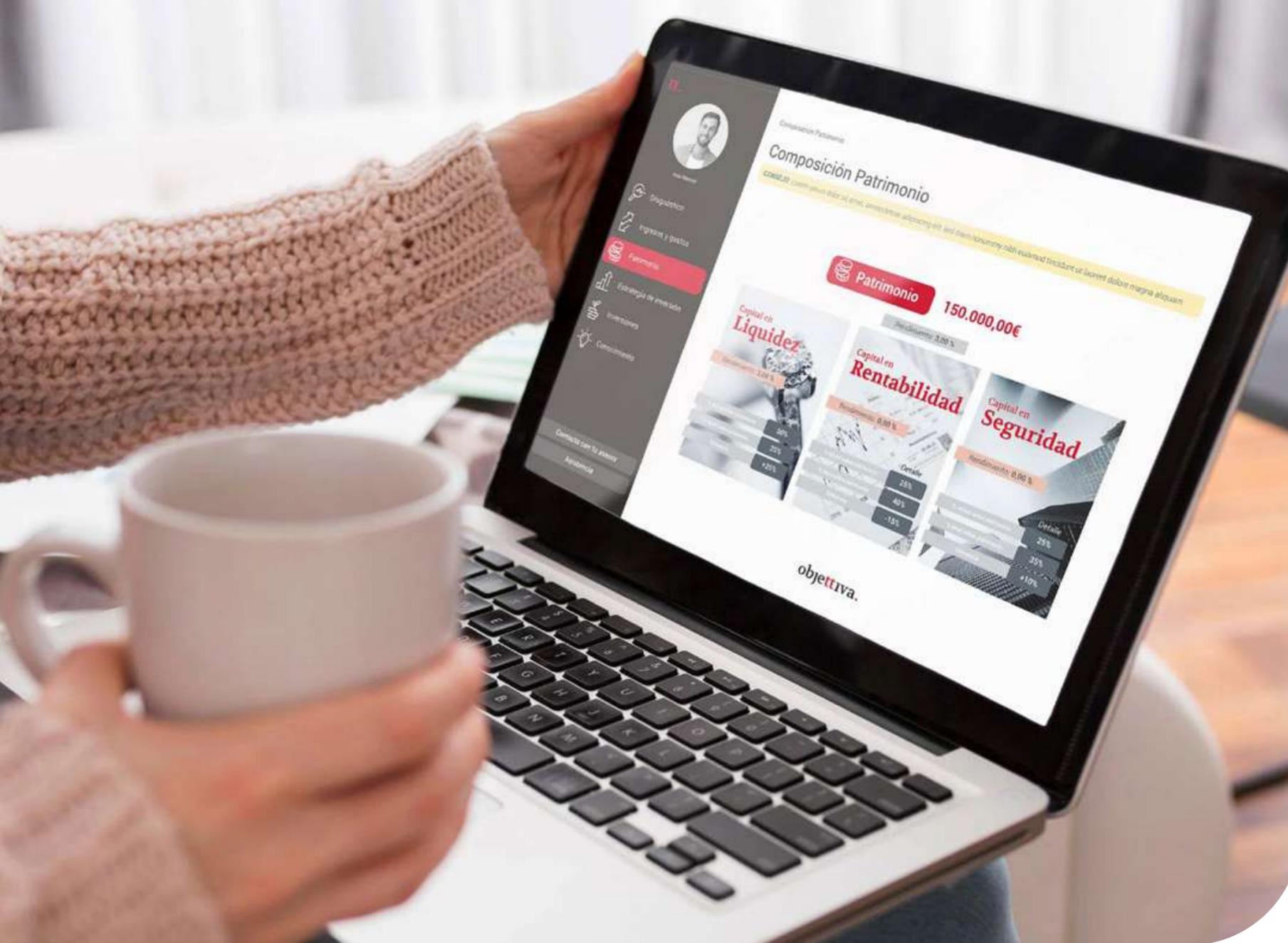


Captación masiva de clientes

Agilidad en el lanzamiento

Onboarding digital

Cuenta corriente por plataforma de producto



Fintech de gestión patrimonial

Estructuración de modelo de negocio y productos para la gestión de patrimonios de clase media

El cliente es un reconocido despacho de asesoramiento legal y patrimonial que ofrece, para particulares y empresas, un enfoque holístico: asesoramiento en derecho civil, fiscal, laboral, societario; asesoramiento en inversiones; herencias y mediación familiar; etc.

Reto&Objetivos

Proyecto enfocado a **productizar y digitalizar un nuevo método de gestión de patrimonio**, dirigido a un target específico (patrimonios de clase media-alta).

El objetivo es conceptualizar y estructurar una oferta de productos bajo un modelo de negocio rentable y escalable, que sea trasladable a una plataforma digital para su comercialización.

Solución

Desarrollo de la estrategia de acompañamiento global para el lanzamiento de una unidad de negocio de Family Office para clase media. La estrategia contempla la **definición y desarrollo de una oferta de servicios, un modelo de negocio y una plataforma de software para ofrecer servicios de gestión patrimonial.**

Resultado

Nace una nueva empresa de gestión patrimonial con base digital. Se desarrolla una plataforma que permite reducir el tiempo en la fase de captación de información del cliente, así como en la elaboración de su diagnóstico patrimonial, lo que sienta la base para un negocio digital escalable.

Creación de una nueva empresa

Aceleración comercial

Fintech gestión patrimonial

Desarrollo producto

Empresa de telecomunicaciones

Definición de un modelo relacional con pymes basado en una plataforma digital

Operadora de telecomunicaciones referente a nivel mundial y una de las principales en el mercado español, con más de 250 millones de clientes.

Reto&Objetivos

Definir un modelo relacional en base a una plataforma digital para PYMES que supusiera un salto en la digitalización de la relación de una telco con su cliente y que permita posicionar a la compañía en el top of mind de los clientes.

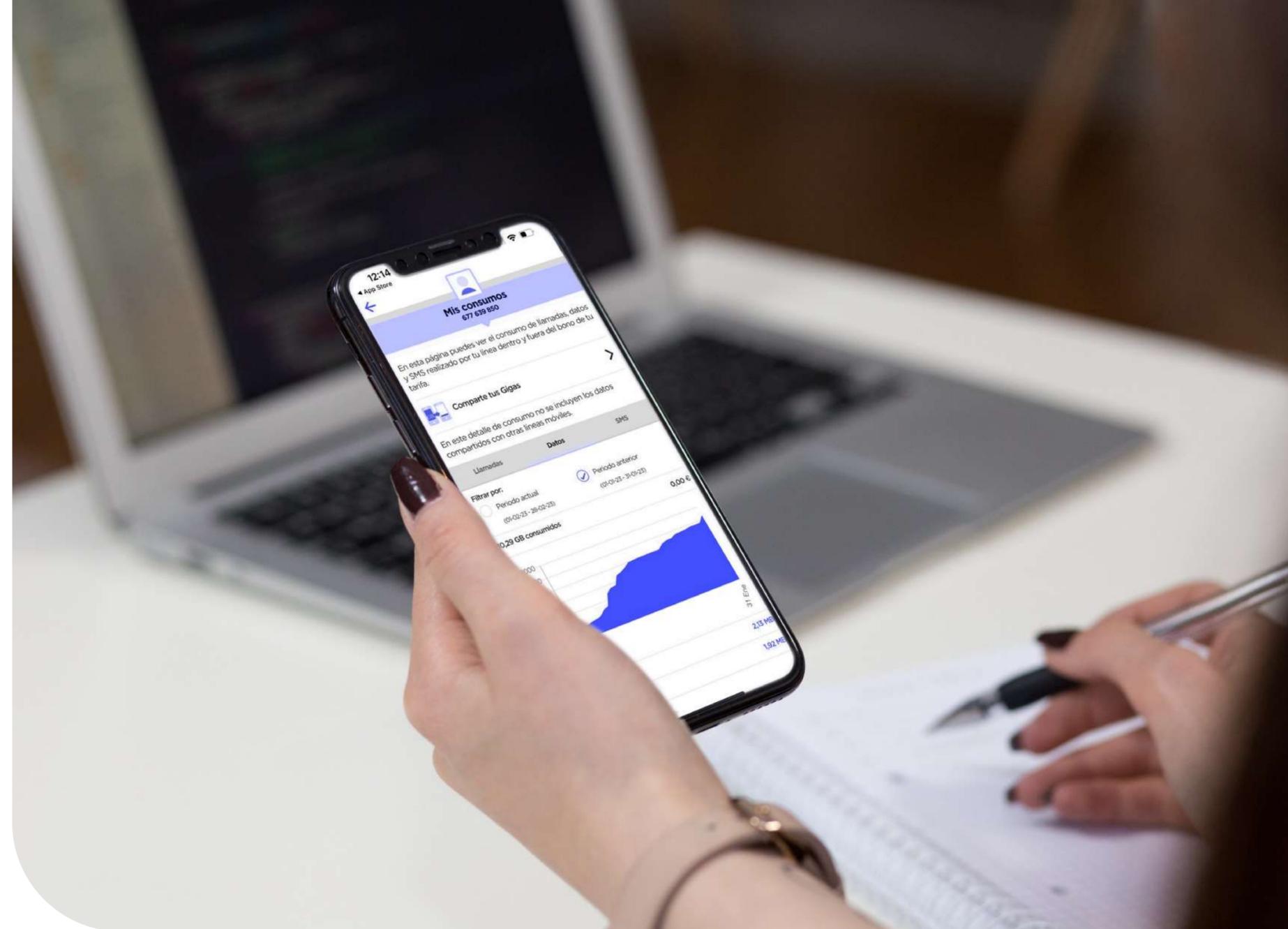
Los objetivos se enfocan en mejorar la satisfacción de los clientes profesionales (pymes) a través de un portal digital con una propuesta sencilla y transparente.

Resultado

Con el proyecto se logró una notable reducción del tiempo del personal dedicado a la gestión de PYMES (automatización del rol del gestor); la telco pasó a contar con una herramienta y experiencia digital; se redefinió la estrategia específica B2B (con una plataforma adaptada a las necesidades de los tipos de clientes) y, la compañía alcanzó un posicionamiento líder y referente en el sector PYMES.

Solución

Desarrollo de una plataforma digital que genera un vínculo funcional y emocional durante todo el ciclo de vida del cliente, permitiendo ofrecer dispositivos y servicios que ayudan a las PYMES a mejorar la gestión de sus negocios a través de una interfaz intuitiva y sencilla.



Captación masiva de clientes

Agilidad en el lanzamiento

Onboarding digital

Cuenta corriente por plataforma de producto

Entidad financiera digital

Definición, desarrollo y lanzamiento de un concepto de banca digital y sus productos bancarios asociados

Entidad española pionera en banca online, nacida en 2012 caracterizada por su excelencia digital y sus condiciones orientada a finanzas personales.

Reto & Objetivos

Se solicita la definición de un posicionamiento estratégico para la conceptualización del primer banco principal de base digital que permita dar respuesta integral a las distintas necesidades financieras que tienen los clientes a lo largo de su vida.

El objetivo incluye la conceptualización de un modelo de banca digital basado en la simplicidad de la oferta como contrapunto a la complejidad de los productos financieros tradicionales.

Resultado

Con su lanzamiento, la entidad logro captar a más de 300.000 clientes en 6 meses.

Se definieron los productos y canales de un banco digital.

El proceso tuvo como consecuencia el incremento de valor del banco para su posterior venta.

Solución

Se definió la filosofía del banco digital y los distintos productos bancarios (crédito, cuenta e hipoteca, etc.), segmentando la actitud hacia el dinero de los distintos grupos de clientes y considerando la evolución de las necesidades financieras a lo largo de la vida.

El resultado fue la creación de un portfolio bajo un concepto de plataforma, en el cual todos los productos financieros se articulan a través de la cuenta principal que permite dar respuesta a las necesidades evolutivas.



Definición de un banco digital

Desarrollo de productos y canales bancarios

Rutas de vinculación por segmento de usuario

> 300.000 clientes en 6 meses



Plataforma de monitorización y medición del consumidor

Estrategia de modelo de negocio y definición de la oferta para acelerar el crecimiento

La empresa, habilitadora de la plataforma digital para el conocimiento del consumidor, cuenta con un comunidad remunerada de más de 100.000 usuarios observados en tiempo real, a través de un SW descargado en su teléfono móvil.

Reto&Objetivos

Estructurar y maximizar el territorio de oportunidad de la compañía para acelerar su crecimiento y conseguir una posición de liderazgo en el mercado de "Consumer Insights and Analytics".

Solución

Definición del posicionamiento estratégico y modelo de negocio que refuercen las ventajas competitivas de la compañía, potenciando la escalabilidad y replicabilidad del negocio.

Desarrollo del modelo de plataforma digital como infraestructura, para permitir el acceso a información exhaustiva y contextualizada de manera autónoma, a través de un interface intuitivo y con servicios ampliables en función de sus necesidades.

Resultado

A raíz del proyecto, se ha definido una **estructuración más clara de la oferta**, logrando naturalizar su introducción en los clientes potenciales.

Al mismo tiempo, se ha logrado una **aceleración en la estrategia de crecimiento**, tanto por sectores como por internacionalización con la entrada en otros países.

Reestructuración de la oferta

Conocimiento del consumidor

Plan estratégico

Acercación del negocio

Compañía de formación no reglada

Definición del modelo relacional, la oferta y la experiencia para incrementar la vinculación de los alumnos

Centro de estudios a distancia y online de referencia, con más de 80 años de experiencia. Desde sus inicios con cursos de idiomas con discos han innovado hasta el día de hoy, llegando a más de 3 millones de alumnos en 86 países.

Reto&Objetivos

La compañía especializada en cursos de enseñanza busca revisar su posicionamiento estratégico, oferta y experiencia educativa con el objetivo de incrementar la vinculación y el engagement de sus alumnos y reduciendo la tasa de abandono (churn-rate).

El reto incluye la conceptualización de un modelo de vinculación omnicanal que ayude al alumno a conseguir sus objetivos, acompañándolo en los diferentes momentos de su carrera profesional.

Resultado

El proyecto consigue reducir la tasa de abandono de los alumnos así como mejorar la experiencia educativa, desde la captación hasta la finalización del curso, y captar nuevos clientes.

Solución

Conceptualización de un modelo de vinculación segmentado para cada perfil, estableciendo un plan de acción concreto para los diferentes momentos de contacto (captación, bienvenida, primer periodo, periodo final y alumni) con el objetivo de transformar los cursos en una experiencia de valor para los alumnos.

La creación de este modelo implica la reconfiguración de la oferta de productos. Para ello, se adaptan y definen soluciones a los diferentes momentos y segmentos, permitiendo estrechar su relación con el centro.



Captación y fidelización de alumnos

Reducción de la tasa de abandono

Mejora de la experiencia educativa

Productos educativos disruptivos



Modelos de negocio en torno a la intermodalidad urbana

Conceptualización de la estrategia oferta de servicios y modelos de negocio vinculados a la intermodalidad urbana

Las nuevas tecnologías están habilitando un sin fin de nuevas posibilidades en “la primera y última milla” que reconfiguran el sistema de movilidad urbana. En este contexto, la intermodalidad persigue gestionar y garantizar la fluidez del viajero en las transiciones entre los múltiples modos de transporte.

Reto&Objetivos

Creación de una plataforma de soluciones de transporte intermodales que permita maximizar la eficiencia en la movilidad urbana, minimizar la huella de carbono y generar valor para todos los actores de la cadena.

El reto contempla la creación de una experiencia de movilidad interrumpida, sostenible e incentivada, generando nuevas oportunidades y definiendo soluciones competitivas con un claro posicionamiento estratégico en el ámbito de la intermodalidad.

Solución

Desarrollo de oportunidades de negocio en torno a la intermodalidad sustentadas sobre un ecosistema de diferentes modos de transporte y medios de pago (o contrato) unificados para proporcionar un transporte multimodal y seamless.

La oferta de intermodalidad aprovecha información sofisticada recogida en diferentes infraestructuras de movilidad, buscando la eficiencia y el confort a través de la gestión de la oferta y la demanda.

Resultado

Con el proyecto se desarrollan nuevos modelos de negocio de última milla que abarcan, desde modelos de negocio sostenibles que potencien la reducción de la huella de carbono, hasta la gestión de trayectos y tickets intermodal, entre otros.

Oferta completa intermodal

Ticket y trayecto único

Nuevos modelos de negocio sostenibles

Plataforma transporte multimodal

Compañía del sector farmacéutico

Logística y trazabilidad de los Medicamentos en farmacias hospitalarias

Compañía global líder en el sector de la salud y perteneciente al Ibex 35. Tiene una facturación alrededor de 5.000 millones de euros. Desarrolla medicamentos y su portfolio aporta soluciones para patologías de una amplia gama de áreas terapéuticas.

Reto&Objetivos

La seguridad del paciente es considerada en la atención sanitaria un principio fundamental; sin embargo, uno de los principales causantes de los eventos adversos (lesiones o complicaciones involuntarias que ocurren durante la atención en salud, atribuidas a la “mala praxis”) durante el proceso de ingreso son los **errores de medicación**.

El reto planteado se centra en la **reducción de los errores de medicación asegurando la trazabilidad de los medicamentos desde la farmacia central hasta la administración al paciente**.

Solución

Creación de un sistema que pivota sobre un dispositivo capaz de **reconocer los distintos medicamentos, cortarlos en dosis unitarias y envasarlos con todos los datos necesarios para mantener la trazabilidad** hasta su consumo por parte del paciente.

Resultado

Con el proyecto se aseguró la **trazabilidad de los medicamentos** desde la farmacia del hospital hasta el paciente. **Se optimizó del proceso de dispensación** de medicamentos y se **redujeron los errores** aumentando la **seguridad del paciente**.



Trazabilidad medicamentos

Farmacia hospitalaria

Optimización del proceso de dispensación

Reducir errores de medicación

Compañía edtech

Estrategia de explotación híbrida (on-off) de un método de enseñanza edtech

Programa educativo extraescolar pionero en España gracias a su **método de aprendizaje personalizado aplicado a las matemáticas, la lectura y la programación para niños**.

Actualmente tiene más de 500.000 de **estudiantes en todo el mundo**, la mayoría de ellos en España.

Reto&Objetivos

El cliente propone el reto de **desarrollar una estrategia de negocio escalable para la enseñanza mixta (on-off) que considere la convivencia con su modelo de explotación core (online) y la presencialidad**.

El impacto de la **definición del modelo en el negocio** del cliente precisa **definir la estrategia de expansión** teniendo en cuenta la **estrategia y metodología para la captación** y mantenimiento de alumnos, así como la **definición de la experiencia de uso** y las herramientas necesarias para **incrementar el sentido de pertenencia y su motivación**.

Solución

Se define un modelo de expansión a través de centros educativos y de franquicias que permite la convivencia del modelo online del método de enseñanza, definiendo los elementos dimensionantes (expansión y captación) y la documentación comercial y legal **para su óptima explotación**.

Resultado

Con el proyecto se implementa el modelo de franquicias en las principales ciudades y capitales de provincia de España; aumenta la captación de alumnos mientras se reduce su tasa de abandono y se introduce el método en colegios de España y América.



Captación masiva de alumnos

Reducción del churn-rate

Explotación híbrida on-off

Implementación del modelo de franquicias



Multinacional energética y petroquímica

Estrategia y servicios de última milla para optimizar la distribución de bombonas de butano

Compañía global de multienergía presente en 20 países, dedicada a las operaciones de petróleo upstream y downstream, incluyendo la exploración, desarrollo, producción y refinación de petróleo y gas, así como el suministro y comercialización de combustibles, productos químicos y energía eléctrica.

Reto&Objetivos

El cliente busca optimizar sus procesos de distribución, así como innovar en la logística de última milla. Se define el reto de identificar y definir nuevos territorios de oportunidad para los canales de distribución que permitan explotar y maximizar los activos de cada canal, optimizando el "time to market", la calidad y la rapidez del servicio.

Solución

Definición de un ecosistema logístico de última milla que potencia la hipercanalidad a través del alquiler de espacios y de transporte de productos, mercancías y/u objetos bajo un modelo de negocio sostenible y de crecimiento (en volumen y valor).

Resultado

Reducción de los costes logísticos e incremento en la rapidez del servicio de suministro.

Además, se consigue optimizar la logística inversa (entrega de las bombonas vacías) y se crea un modelo de distribución flexible y multicanal que maximiza la trazabilidad y comunicación entre todos los actores involucrados.

Reestructuración de la oferta

Conocimiento del consumidor

Plan estratégico

Aceleración del negocio

Operador de transporte público

Desarrollo de la estrategia corporativa internacional

Empresa gestora del transporte público de una de las áreas metropolitanas más grandes de Europa, referente de transporte y movilidad ciudadana.

Reto&Objetivos

El reto se centra en **aprovechar el conocimiento y liderazgo tecnológico de la compañía** bajo una estrategia y estructura competitivas que permitan ofrecer una propuesta de valor diferencial.

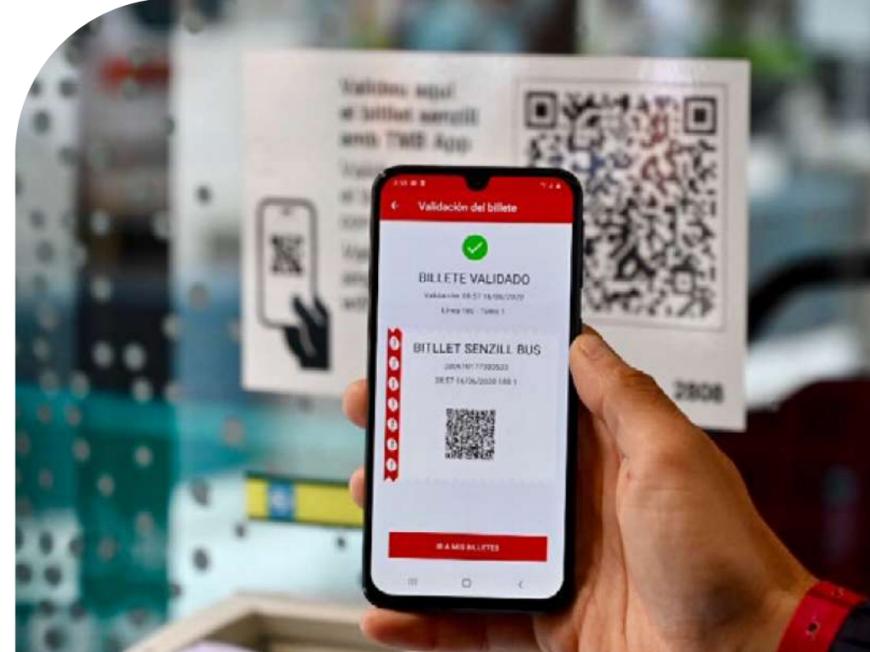
Los objetivos se focalizan en **definir el posicionamiento estratégico, oferta y modelo de negocio** con el fin de **escalar y maximizar su negocio global**.

Solución

Definición de un **posicionamiento estratégico enfocado en la eficiencia y racionalidad**, poniendo a las **personas en el centro de las infraestructuras de movilidad y desarrollo de un portfolio diferencial y competitivo** para el mercado internacional, alineado con el posicionamiento estratégico y activos de la compañía.

Resultado

Creación de una unidad de negocio que tiene como objetivo aportar todos los conocimientos técnicos, comerciales, administrativos y de **personas a otras redes de transporte nacionales e internacionales** para ayudar a consolidar nuevos proyectos, así como a la expansión misma de estas compañías.



Nuevo modelo de negocio

Rentabilizar los conocimientos corporativos

Entrada a nuevos mercados

Escalabilidad del negocio



Compañía de telecomunicaciones

Nueva categoría de servicios para un target 100% digital

Compañía referente de telecomunicaciones con más de 25 años en el mercado español, líder en fibra óptica y servicios convergentes de telecomunicaciones.

Reto&Objetivos

El operador de telecomunicaciones plantea la **creación de una nueva categoría dentro de su offering basado** en la no disposición de líneas fijas y una operación 100% móvil.

Por consiguiente, la compañía plantea el reto de identificar y **entender cuáles pueden ser esos activos diferenciales de la compañía** frente a otras operadoras y cómo construir una nueva categoría fuerte en conexión móvil e internet fijo **que se diferencie, sea competitiva y no canibalice en márgenes.**

Solución

Definición de un posicionamiento diferencial para la nueva categoría; **estructuración de un territorio de oportunidad para el corto, medio y largo plazo** con distintos niveles de ambición; y **generación de un concepto tecnológico de soporte estructural** a partir de los activos de la compañía, que sea **difícil de replicar** por los operadores nacionales.

Resultado

El proyecto impulsó la **captación de nuevos targets** (más jóvenes) y la fidelización de clientes con nuevas soluciones más adaptadas a sus necesidades. Además, contribuye a crear un posicionamiento diferencial pivotado a través de la nueva categoría. Entre los logros, destaca la **agilidad en el lanzamiento** y la visión de medio/largo plazo que permitió para futuros desarrollos de la categoría.

Captación de un target más joven

Diferenciación corporativa

Agilidad en el lanzamiento

Roadmap estratégico

Agencia de medios

Estructuración del offering de productos y servicios digitales relacionados con el clipping de medios

Compañía pionera en el sector de la comunicación corporativa que ofrece servicios de clipping de prensa a medida y en tiempo real.

Reto&Objetivos

El cliente se propone **definir la estrategia** para el lanzamiento de un **servicio digital de clipping**, redefiniendo la oferta y modelo de negocio de la compañía, llevando a cabo un ejercicio de estructuración y productización de su oferta de contenidos, **evolucionando de una oferta 100% digital.**

Resultado

El proyecto permite desarrollar la nueva **plataforma digital que simplifica y mejora el trabajo de clipping.**

Solución

Se hace un ejercicio de **productización de la oferta a través de una plataforma digital** que redefine el posicionamiento estratégico y la **propuesta de valor** de la compañía, tanto para el target actual como para nuevos mercados.



Captación de nuevos segmentos de clientes

Creación del offering digital

Redefinición del modelo de negocio

Modelo de relación con el cliente digital

revo

GRAN CONSUMO | RETAIL | INDUSTRIA | **SERVICIOS**