

Donde crecen tus ideas...

Socios clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Qué actividades realizan nuestros socios clave?

Motivaciones para realizar alianzas
Optimización y economía
Reducir riesgos e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades clave



Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

Categorías
Producción
Solución de problemas
Plataforma / Red

Propuesta de valor



Qué valor estamos entregando a los clientes?
Cuál problema estamos ayudando a resolver?
Qué necesidad estamos satisfaciendo?
Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Novedad
Desempeño
Personalización
Ayuda a hacer el trabajo
Diseño
Marca/Status
Precio
Reducción de Costos
Reducción de Riesgos
Accesibilidad
Conveniencia / Usabilidad

Relación con clientes



Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Qué relaciones hemos establecido?
Cuán costosas son?
Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

Ejemplos
Asistencia Personal
Asistencia Personal Dedicada
Auto Servicio
Servicios Automatizados
Comunidades

Segmentos de clientes



Para quién estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo
Nichos de mercado
Segmentado
Diversificado
Plataforma múltiple

Recursos clave



Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
nuestros canales?
nuestras relaciones con los clientes?
nuestras fuentes de ingreso?

Tipos de recursos
Físicos
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
Humanos
Financieros

Canales



A través de qué canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Cómo los estamos alcanzando ahora?
Cómo están integrados nuestros canales?
Cuáles funcionan mejor?
Cuáles son los mas rentables?
Cómo podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

fases del canal:
1. Crear conciencia
 Cómo creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
2. Evaluación
 Cómo ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor?
3. Compra
 Cómo podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
4. Entrega - Cómo proveemos servicio Post-venta?
 Cómo estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?
5. Post-Venta

Estructura de costes

Cuáles son los costes más importantes en nuestro modelo de negocio?
Qué recursos clave son los más costosos?
Qué actividades clave son las más costosas?

Su negocio es más:
Enfocado al costo (estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing)
Enfocado al valor (enfocado a la creación de valor, proposiciones de valor premium)

Ejemplo de características:
Costos fijos (salarios, rentas, utilidades)
Costos Variables
Economías de escala
Economías de alcance



Fuente de ingresos

Cuánto están dispuestos a pagar nuestros clientes?
Por qué se paga actualmente?
Cómo están pagando?
Cómo prefieren pagar?
Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

Tipos:
Venta de activo
Cargo por uso
Cargo por suscripción
Prestamo/Alquiler/Arrendamiento
Licenciamiento
Cargo de corretaje
Publicidad

Precios fijos
Lista de precios
Según características
Dependiendo del segmento
Dependiendo del volumen

Precios dinámicos
Negociación
Gestión del rendimiento
Mercado en tiempo real
Subastas

