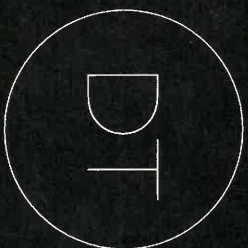




MODELO DE NEGOCIO

DOCUMENTO DE TRABAJO BUSINES MODEL CANVAS



DOCUMENTO DE TRABAJO BUSINESS MODEL CANVAS

 ASOCIACIONES CLAVE	 ACTIVIDADES CLAVE		 PROPUESTAS DE VALOR	 RELACIONES CON CLIENTES	 SEGMENTOS DE MERCADO
	 RECURSOS CLAVE	 CANALES			
 ESTRUCTURA DE COSTES	 FUENTES DE INGRESOS				

PROYECTO:

DESARROLLADO POR:

FECHA:

VERSIÓN:

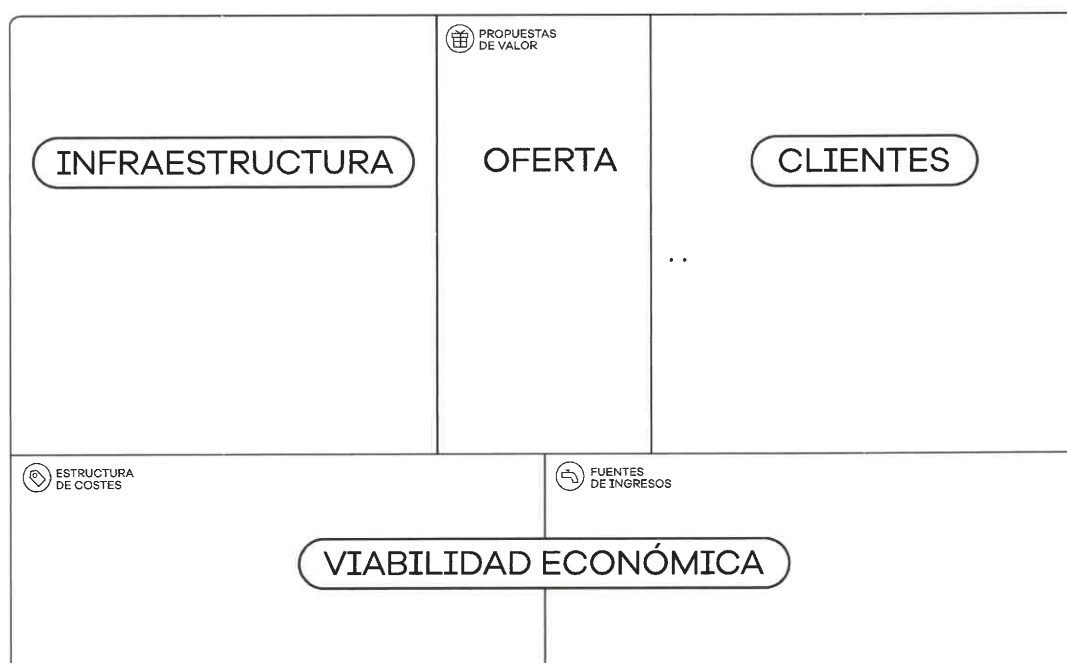
¿QUÉ ES BUSINESS MODEL CANVAS?

ES UNA HERRAMIENTA QUE
PERMITE DESCRIBIR EL MODELO
DE NEGOCIO A PARTIR DE NUEVE
COMPONENTES.

Es la mejor manera de describir un
modelo de negocio. Consiste en
dividirlo en nueve módulos básicos
que reflejen la lógica que sigue una
empresa para conseguir ingresos.

¿QUÉ ES BUSINESS MODEL CANVAS?

Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa.



MÓDULOS

- 01 → SEGMENTOS DE MERCADO.
- 02 → PROPUESTAS DE VALOR.
- 03 → CANALES.
- 04 → RELACIONES CON CLIENTES.
- 05 → FUENTE DE INGRESOS.
- 06 → RECURSOS CLAVE.
- 07 → ACTIVIDADES CLAVE.
- 08 → ASOCIACIONES CLAVE.
- 09 → ESTRUCTURA DE COSTES.

01 SEGMENTOS DE MERCADO.

Son los segmentos a los que atiende la empresa (puede ser uno o varios).

→ ¿Para quién creamos valor?

→ ¿Qué clientes son los más importantes?

Existen varios segmentos de mercado: mercado de masas, nicho de mercado, mercado segmentado, mercado diversificado, plataformas multilaterales.

02 PROPUESTAS DE VALOR.

Su objetivo es solucionar los problemas de tus clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor.

→ ¿Para quién creamos valor?

→ ¿Qué clientes son los más importantes?

03 CANALES.

Las propuestas de valor llegan al cliente a través de canales de comunicación, distribución y venta.

- ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?
- ¿Cómo establecemos actualmente el contacto con clientes?
- ¿Cómo se conjugan nuestros canales?
- ¿Cuáles tienen mejores resultados?
- ¿Cuáles son más rentables?
- ¿Cómo se integran en las actividades diarias de nuestra clientela?

04 RELACIONES CON CLIENTES.

Se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.

- ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?
- ¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?
- ¿Cuál es su coste?
- ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

05 FUENTE DE INGRESOS.

Se generan cuando nuestra clientela adquiere las propuestas de valor ofrecidas.

- ¿Por qué valor están dispuestos a pagar?
- ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente?
- ¿Cómo les gustaría pagar?
- ¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?

06 RECURSOS CLAVE.

Son los activos necesarios para ofrecer y proporcionar los elementos antes descritos.

→ ¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?

→ Pueden ser físicos (edificios, vehículos, maquinas, sistemas...), intelectuales (marcas, información privada, patentes, derechos de autor, bases de datos...), humanos y económicos (efectivo, líneas de crédito, cartera...)

07 ACTIVIDADES CLAVE.

Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito.

→ ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?

08 ASOCIACIONES CLAVE.

Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.

¿Quiénes son nuestros/as socios/as claves? ¿Quiénes son nuestros/as proveedores/as claves? ¿Qué recursos clave adquirimos de las personas socias? ¿Qué actividades clave realizan las personas socias?

Podemos hablar de cuatro tipos de asociaciones:

- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Competición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
- Joint Ventures: empresas conjuntas para crear nuevos negocios
- Relaciones cliente-proveedor/a para garantizar la fiabilidad de los suministros.

09 ESTRUCTURA DE COSTES.

Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.

- ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
- ¿Cuáles son los recursos clave más caros?
- ¿Cuáles son las actividades clave más caras?

RECOMENDACIONES

- REALIZA UN DESGLOSE POR CADA LÍNEA DE NEGOCIO.
- RELLENA CADA UNO DE LOS NUEVE BLOQUES DESTACANDO LA INFORMACIÓN MÁS RELEVANTE DEL MODELO DE NEGOCIO O LÍNEA DE NEGOCIO.
- EMPIEZA POR LA PARTE DE CLIENTES, SIGUE POR LA PARTE INTERNA, Y FINALIZA CON LOS ASPECTOS FINANCIEROS.



BASQUE DISTRICT OF
CULTURE AND CREATIVITY

NOMBRE COMPLETO



EDAD

1 100

SEXO

Homre o Mujer

OCCUPACIÓN O PUESTO DE T

¿Qué hace para vivir?

ESTADO CIVIL

Soltero @ Casado @, etc

DIRECCIÓN

¿Dónde vive o trabaja?

NSE

A B C C + D D+ E

NIVEL EDUCATIVO

¿Bachiller, Grado, Postgrado?

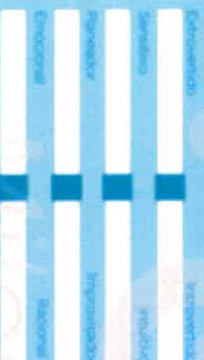
TIPO DE CARÁCTER

Apasionado

BIOGRAFÍA

La bio es un pequeño párrafo que describe la vida de la persona del día a día, incluyendo un poco de su historia.

PERSONALIDAD



METAS U OBJETIVOS

Las metas que esta persona desea alcanzar.

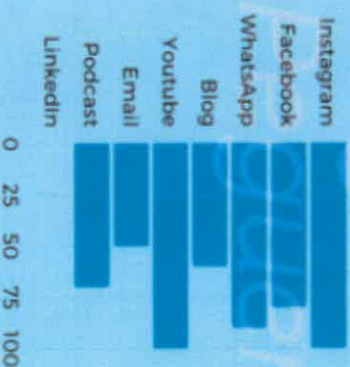
PUNTOS DE DOLOR

¿Qué problema, necesidad, reto, deseo o pregunta enfrenta que podemos resolver con nuestro producto o servicio o con tu contenido?

¿CÓMO NOS ENCUENTRA?

¿Cómo esa persona encuentra nuestro contenido, productos o servicios? ¿Cómo se entera de nosotros?

CANALES PREFERIDOS



¿QUÉ LE MOTIVA A COMPRAR.

¿Precio, experiencia, calidad, tradición, necesidad, placer?

¿QUÉ PERCEPCIÓN TIENE DE NOSOTROS?

¿Qué opina de nuestro negocio? ¿Nos compra o no?, si no nos compra, ¿por qué?

¿QUÉ PERCEPCIÓN TIENE DE NUESTRA COMPETENCIA?

Si prefiere a nuestra competencia, ¿por qué?

¿CÓMO LE PODEMOS AYUDAR?

¿Como nuestro negocio le puede ayudar a resolver sus puntos de dolor

¿QUÉ CONTENIDO PREFERE CONSUMIR.

¿Qué le gustaría recibir de nosotros, qué tipo de información y en qué formatos?



BDOCC

BASQUE
DISTRICT OF
CULTURE AND
CREATIVITY