

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

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

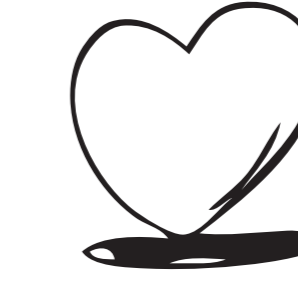
Propuesta de Valor



Qué valor estamos entregando a los clientes?
 ¿Cuál problema estamos ayudando a resolver?
 ¿Cuál 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

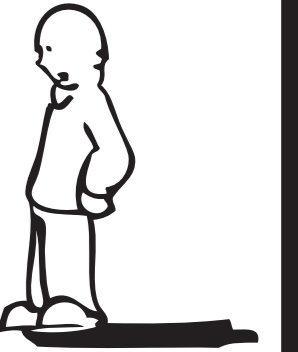
Relación con Clientes



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 más 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 más 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 servicios Post-venta?"
 5. **Post Venta**

Estructura De Costos

¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio?
 ¿Cuáles recursos clave son los más costosos?
 ¿Cuáles 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

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

tipos:
Venta de activo
Carga por uso
Carga por suscripción
Prestamo/Quilera/Arrangamiento
Licenciamiento
Carga de correo/teje
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

