

El Lienzo de Modelo de Negocio

<p>Socios Clave ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros principales proveedores? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de los socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?</p> <p>Motivaciones Para Las Alianzas Optimización y economía Reducción de riesgo e incertidumbre Adquisición de recursos y actividades específicas</p>	<p>Actividades Clave ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Las relaciones con los clientes? ¿Las fuentes de ingresos?</p> <p>CATEGORÍAS Producción Resolución de problemas Plataforma/Red</p> <p>Recursos Clave ¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Las relaciones con los clientes? ¿Las fuentes de ingresos?</p> <p>TIPOS DE RECURSOS Físicos Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos) Humanos Financieros</p>	<p>Propuestas de Valor ¿Qué valor entregamos al cliente? ¿Cuál de los problemas de nuestro cliente estamos ayudando a resolver? ¿Qué paquetes de productos y servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes? ¿Qué necesidades de los clientes estamos satisfaciendo?</p> <p>CARACTERÍSTICAS Novedad Rendimiento Personalización "Cumplir con el trabajo" Diseño Marca/Estatus Precio Reducción de costos Reducción de riesgos Accesibilidad Conveniencia/Usabilidad</p>	<p>Relaciones con los Clientes ¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo están integradas con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Qué tan costosas son?</p> <p>EJEMPLOS Asistencia personal Asistencia personal dedicada Autoservicio Servicios automatizados Comunidades Co-creación</p> <p>Canales ¿A través de qué canales quieren ser alcanzados nuestros segmentos de clientes? ¿Cómo los estamos alcanzando ahora? ¿Cómo están integrados nuestros canales? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cuáles son más rentables? ¿Cómo los estamos integrando en las rutinas de los clientes?</p> <p>FASES DEL CANAL 1. Conciencia ¿Cómo generamos conciencia sobre los productos y servicios de nuestra empresa? 2. Evaluación ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestra organización? 3. Compra ¿Cómo permitimos a los clientes comprar productos y servicios específicos? 4. Entrega ¿Cómo entregamos una propuesta de valor a los clientes? 5. Postventa ¿Cómo proporcionamos soporte al cliente después de la compra?</p>	<p>Segmentos de Clientes ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>Mercado masivo Mercado de nicho Segmentado Diversificado Plataforma multi-lateral</p>			
<p>Estructura de Costos ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave son los más costosos? ¿Qué actividades clave son las más costosas?</p> <p>15 TU NEGOCIO MÁS Impulsado por costos (estructura de costos más eficiente, propuesta de valor de bajo precio, máxima automatización, externalización extensiva) Impulsado por valor (enfocado en la creación de valor, propuesta de valor premium)</p> <p>CARACTERÍSTICAS EJEMPLO Costos fijos (salarios, alquileres, servicios públicos) Costos variables Economías de escala Economías de alcance</p>		<p>Fuentes de Ingresos ¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué están pagando actualmente? ¿Cómo están pagando actualmente? ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="989 1088 1323 1226"> <p>TIPOS Venta de activos Tarifa por uso Cuotas de suscripción Préstamo/Alquiler/Arrendamiento Licencias Comisiones de corretaje Publicidad</p> </td> <td data-bbox="1323 1088 1596 1226"> <p>PRECIO FIJO Precio de lista Dependiente de características del producto Dependiente del segmento de clientes Dependiente del volumen</p> </td> <td data-bbox="1596 1088 1906 1226"> <p>PRECIO DINÁMICO Negociación (regateo) Gestión de rendimiento Mercado en tiempo real</p> </td> </tr> </table>			<p>TIPOS Venta de activos Tarifa por uso Cuotas de suscripción Préstamo/Alquiler/Arrendamiento Licencias Comisiones de corretaje Publicidad</p>	<p>PRECIO FIJO Precio de lista Dependiente de características del producto Dependiente del segmento de clientes Dependiente del volumen</p>	<p>PRECIO DINÁMICO Negociación (regateo) Gestión de rendimiento Mercado en tiempo real</p>
<p>TIPOS Venta de activos Tarifa por uso Cuotas de suscripción Préstamo/Alquiler/Arrendamiento Licencias Comisiones de corretaje Publicidad</p>	<p>PRECIO FIJO Precio de lista Dependiente de características del producto Dependiente del segmento de clientes Dependiente del volumen</p>	<p>PRECIO DINÁMICO Negociación (regateo) Gestión de rendimiento Mercado en tiempo real</p>					