

Lienzo de Modelo de Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

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 de recursos y economía
- Reducir riesgos e incertidumbre
- Adquisición de recursos y actividades particulares en beneficio de la alianza

Actividades Clave



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

Categorías

- Procesos productivos claves para la agregación de valor
- 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?

Propuesta de valor

- Novedad, Desempeño, Costumización (Personalización)
- 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 que 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**
Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
- 2. Evaluación**
Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor?
- 3. Compra**
Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
- 4. Entrega**
Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?
- 5. Post Venta**
Como proveemos servicio 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 o subcontratación) Enfocado al valor(Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Ejemplo:

- Costos fijo (Salarios, rentas, Utilidades)
- Costos Variables
- Economías de escala (disminución de costos por los volúmenes producidos)
- Economías de alcance (ahorro de recursos al producir diferentes productos o servicios)



Fuente de Ingresos

- ¿Por cuál 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 activos
- Cargo por uso
- Cargo por suscripción
- Préstamo/Alquiler/Arrendamiento
- Licenciamiento
- Cargo de corretaje (corredor)
- 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

