

Business Model Canvas

Diseñado para:

Diseñado por:

El:

Iteración:

<h3>Socios clave</h3>  <p>¿quiénes son nuestros socios clave? ¿quiénes son nuestros proveedores clave? ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿qué actividades clave realizan los socios?</p> <p>motivaciones para socios: optimización y economía reducción de riesgo e incertidumbre adquisición de recursos y actividades particulares</p>	<h3>Actividades clave</h3>  <p>¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿nuestras relaciones con clientes? ¿nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>categorías producción resolución de problemas plataforma/red</p>	<h3>Propuestas de valor</h3>  <p>¿qué valor entregamos al cliente? ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver? ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?</p> <p>características novedad rendimiento personalización "factor de riesgo" valor marca / status precio reducción de coste reducción de riesgo aceptabilidad conveniencia / usabilidad</p>	<h3>Relaciones con clientes</h3>  <p>¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente? ¿cuáles hemos establecido? ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿cuánto cuestan?</p> <p>ejemplos asistencia personal asistencia personal dedicada membresía servicios automatizados comunidades co-creación</p>	<h3>Segmentos de cliente</h3>  <p>¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p><small>mercado de masas mercado de nicho segmento de diferenciado plataforma multilateral</small></p>			
	<h3>Recursos clave</h3>  <p>¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes? ¿fuentes de ingresos?</p> <p>tipos de recursos Físico Intelectual (patentes de marca, copyrights, datos) Humanos Financieros</p>		<h3>Canales</h3>  <p>¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? ¿cómo los contactamos ahora? ¿cómo están integrados nuestros canales? ¿cuáles funcionan mejor? ¿cuáles son más eficientes en costes? ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?</p> <p>fases del canal 1. Conciencia 2. Evaluación 3. Compra 4. Entrega 5. Post-venta</p> <p><small>¿cómo conseguimos conciencia sobre los productos y servicios de nuestra empresa? ¿cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestra organización? ¿cómo permitimos a nuestros clientes comprar productos y servicios específicos? ¿cómo llevamos la propuesta de valor a los clientes? ¿cómo proporcionamos soporte post-venta a los clientes?</small></p>				
<h3>Estructura de costes</h3>  <p>¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿qué recursos clave son los más caros? ¿qué actividades clave son las más caras?</p> <p>es tu negocio más: basado en costes (estructura de costes más sencilla, propuesta de valor de precio bajo, máxima automatización, outsourcing extensivo) basado en valor (centrado en creación de valor, propuesta de valor premium)</p> <p>características de ejemplo: costes fijos (salarios, rentas, utilidades) costes variables economías de escala economías de alcance</p>		<h3>Fuentes de ingresos</h3>  <p>¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿para qué pagan actualmente? ¿cómo están pagando ahora? ¿cómo preferirían pagar? ¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <table border="0"> <tr> <td>tipos venta de activos pago por uso coste de suscripción préstamo / alquiler / leasing licencia tasas de intermediación publicidad</td> <td>precio fijo lista de precios dependiente de la funcionalidad del producto dependiente del segmento de cliente dependiente del volumen</td> <td>precio dinámico negociación (regateo) gestión de rendimientos mercado en tiempo real</td> </tr> </table>			tipos venta de activos pago por uso coste de suscripción préstamo / alquiler / leasing licencia tasas de intermediación publicidad	precio fijo lista de precios dependiente de la funcionalidad del producto dependiente del segmento de cliente dependiente del volumen	precio dinámico negociación (regateo) gestión de rendimientos mercado en tiempo real
tipos venta de activos pago por uso coste de suscripción préstamo / alquiler / leasing licencia tasas de intermediación publicidad	precio fijo lista de precios dependiente de la funcionalidad del producto dependiente del segmento de cliente dependiente del volumen	precio dinámico negociación (regateo) gestión de rendimientos mercado en tiempo real					