

¿Es tu idea de negocio **viable**?










OBJETIVO

Describe tu idea.

¿Qué es lo que quieres hacer?

¿Qué es lo que quieres conseguir?

Plantilla para el lienzo del modelo de negocio

<i>Asociaciones clave</i> 	<i>Actividades clave</i> 	<i>Propuestas de valor</i> 	<i>Relaciones con clientes</i> 	<i>Segmentos de mercado</i> 
	<i>Recursos clave</i> 		<i>Canales</i> 	
<i>Estructura de costes</i> 		<i>Fuentes de ingresos</i> 		

Creador plantilla Canvas: Alex Osterwalder.
<https://strategyzer.com>

En una cartulina grande o en una pizarra: crea los apartados de la plantilla Canvas. A continuación puedes ir rellenando cada espacio con papeles adhesivos (posit) para poder actualizar o cambiar.

Son 9 apartados. Aquí tienes la ayuda para irlos cumplimentando.

Cualquier duda, puedes contactar:

- en la web www.asun-urban.com
- por mail: pnl@asun-urban.com

1. Propuesta de valor. LOS VALORES. ¿POR QUÉ?

“Los valores” es todo aquello que es importante para la persona. Generalmente no son cosas medibles, son sensaciones, emociones, percepciones,... Se conocen al responder ¿Por qué?

TU: ¿Por qué lo haces? ¿Qué aporta de especial? ¿Qué lo hace diferente?

CLIENTE: ¿Qué beneficio obtendrán? ¿Por qué comprarán tu producto y no otro?

2. Segmento de clientes. ¿Para QUIÉN?

¿Quiénes son tus clientes (tu público)? ¿Dónde están? ¿Cómo son?

3. Canales. Los medios. ¿CÓMO?

¿Cómo se van a enterar los clientes de “lo que ofreces”? Una vez se han enterado: ¿Cómo lo pueden conseguir? ¿Cómo les va a hacer llegar el producto o servicio?

4. Relación con los clientes. La comunicación (Fidelizar). ¿CÓMO?

¿Cómo vas a cuidar, mantener, mimar a tus clientes?

¿Cómo vas a atraer nuevos clientes?

5. Fuentes de Ingresos. El precio ¿CUÁNTO?

¿Qué valor ofreces para que el cliente esté dispuesto a pagar? ¿Cuánto dinero está dispuesto el cliente a pagar por ese valor que ofreces? ¿Cómo lo van a pagar?

6. Recursos clave. Elementos clave. ¿CUÁLES?

¿Cuáles son los elementos importantes e imprescindibles que se necesitan para hacer que el producto o tu idea exista?

¿Qué se necesita para que funcione? (elementos materiales y/o personas)

¿Cuáles son los elementos importantes e imprescindibles que se necesitan para que se enteren los clientes?

¿Cuáles son los elementos importantes e imprescindibles que se necesitan para que lo compren? ¿Y para entregar el producto o servicio?

7. Actividades Clave.

El Qué Haces. ¿Cuál es la actividad clave (principal) que ofreces y por la que quieres ser reconocido?

8. Asociaciones Clave. Alianzas. ¿Con QUIÉNES?

¿A quiénes necesitas "si o si" para hacer que el producto o tu idea exista? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave que necesitamos para arrancar? ¿Y distribuidores?

¿Y alianzas para venderlo, que se enteren que existe? ¿Y para que lo compren? ¿Y para entregar tu idea o producto? ¿Y para arrancar la primera vez?

Socios, equipo, alianzas clave, suministradores,...

9. Estructura de Costes. Los costes. ¿CUÁNTO?

¿Cuáles son los costes necesarios e imprescindibles para poder arrancar la primera vez? ¿Cuánto es en total?

¿En cuánto tiempo quieres recuperar lo invertido inicialmente? ¿Un año, dos años?

¿Y los costes mínimos que hay que pagar mes a mes "si o si", tanto si producimos un millón de unidades o ninguna? ¿Cuánto es en total? Estos serán *los costes o gastos fijos*. (Seguros, luz, alquileres, devolución de fianzas o préstamos, impuestos - suelen ser de un 20% del beneficio...)

¿Cuánto cuesta producir una unidad de tu idea o producto?

¿Por cuánto lo vas a vender?

Beneficio por unidad = PVP de una unidad - Coste creación de una unidad.

¿Cuántas unidades han de comprar cada mes para cubrir los gastos fijos?

Unidades compradas por los clientes en un mes = Gastos fijos / Beneficio por unidad

¿Cuántas unidades han de comprar mes a mes, para ganar lo que quieres ganar al mes? =

(Gastos fijos + lo que quiero ganar) / Beneficio por unidad

¿Y para crecer mes a mes, cuánto?

El OBJETIVO definido con la precisión de un cirujano. El porqué, beneficio, El que ofreces, a quien, donde, cuando, por cuanto, cantidad a vender para obtener las ganancias, como.

El método: Describe paso a paso de cómo creas el producto o la idea. Desde su nacimiento hasta llegar a las manos del cliente.

Revisar los resultados cada mes concluido y hacer las mejoras oportunas.