

CANVAS PARA PENSAR OPCIONES DE NEGOCIO
(basado en "Lean Canvas")

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| <p>Problema</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lista de los tres principales que ellos necesitan que se solucionen. -Mencioná las alternativas actuales que ellos están utilizando para solucionar estos problemas. | <p>Solución</p> <ul style="list-style-type: none"> -Captura tu solución. Escribí una solución para cada uno de los principales problemas que mencionaste antes (los 3 del punto uno). | <p>Proposición Única de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> -Una oración simple, clara y atractiva que dice por qué vos sos diferente y por qué vale la pena comprarle. -Enfoca en los beneficios y resultados finales. Tiene que responder a las preguntas de que vendes y a quién (a veces implícitamente). | <p>Ventaja Especial</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ventajas por las cuales nos van a comprar a nosotros y no a otros. -Recursos o competencias por las cuales podemos "defender" nuestra posición en el Mercado. | <p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Describí el segmento de clientes al que afecta tu problema. Identifica características de tu cliente (demográficas, económicas y de comportamiento) -¿Existe algún grupo de clientes que posiblemente adhieran temprano a tu solución? |
| <p>Métricas Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -"Encontrá el número clave que te diga cómo le va a tu negocio en tiempo real antes de ver el informe de ventas" -Necesitamos indicadores para entender cómo se está desempeñando nuestro negocio. | | <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -¿Cómo vas a entregar tu solución a tus consumidores? (local propio, página de internet, distribuidores, mayoristas, etc.) -¿Por dónde vas a comunicarte con ellos y dar a conocer tu propuesta? (medios masivos, blog, equipo de ventas, etc.) | | |
| <p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar los distintos gastos en los que vamos a involucrarnos para ejecutar nuestro negocio. -Debemos clasificarlos en fijos y variables. -La viabilidad puede estudiarse pensando en el break even point. | | | <p>Flujos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> -¿Por qué y cuánto está dispuesto a pagar nuestro segmento objetivo? -Identificar las distintas fuentes de ingreso. -Definir los precios, frecuencia de compra de los mismos. -Venta productos, suscripciones, alquileres, comisiones, etc. | |

CANVAS PARA PENSAR OPCIONES DE NEGOCIO
(basado en "Lean Canvas")

| | | | | |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------------|---------------------------|------------------------------|
| <p>Problema</p> | <p>Solución</p> | <p>Proposición Única de Valor</p> | <p>Ventaja Especial</p> | <p>Segmentos de Clientes</p> |
| | <p>Métricas Clave</p> | | <p>Canales</p> | |
| <p>Estructura de Costos</p> | | | <p>Flujos de Ingresos</p> | |