

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?
 Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
 Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
 Optimización y economías Reducir riesgo e incertidumbre
 Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



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

categorías
 Producción
 Solución de problemas
 Plataformas / Red

Etapa 1:
 Preparación de material de enseñanza digital
 Asociación de instructores o capacitadores
 Asociarse con empresas proveedoras
 Difusión del proyecto
 Construir una plataforma web para cursos y e-commerce
 Asesorarse legalmente para determinar la personería jurídica correspondiente (SAS)

Etapa 2
 Disponer de un espacio físico para exponer productos y dar capacitaciones presenciales.
 Abastecimiento de productos.

Recursos Clave



Que 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

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
 Cual problema estamos ayudando a resolver?
 Cual necesidad estamos satisfaciendo?
 Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Novedad
 Desempeño
 Personalización
 "Ayuda a hacer el trabajo"
 Cliente
 Marca/Status
 Precio
 Reducción de Costos
 Reducción de Riesgos
 Accesibilidad Conveniencia / Usabilidad

Generar un espacio de integración socio comunitario basado en la transferencia de conocimiento y realización actividades recreativas de forma gratuita e independientes de entidades publicas.

Se enseña el auto-cultivo de hortalizas en espacio reducido, con lo cual:

Mejora la calidad alimenticia. (obesidad, alergias)

Fomenta el cuidado medioambiental

Reduce el costo de alimentación

Impulsa el intercambio de ideas entre los participantes

Establece un contacto con la naturaleza

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
 Que relaciones hemos establecido?
 Cuan costosas son?
 Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos
 Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicios Automatizados Comunidades

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
 Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor?
 Cuales son los mas rentables?
 Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

etapas del canal:
 1. Crear conciencia
 Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como sabemos si que nuestros clientes reciben nuestra propuesta de valor?
 3. Compra
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
 4. Entrega Como proveemos servicio Post venta?
 Como sabemos entregando la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta

Segmentos De Clientes



Para quién estamos creando valor?
 Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo Nichos de mercado Segmentado Diversificado Plataforma múltiple

Personas interesadas en el cuidado medioambiental o la buena alimentación.

El estado quien contrata para realizar los talleres con empleados o en escuelas

Empresas y entidades privadas que contratan como parte de planes de fomento de integración de sus empleados.

Estructura De Costos



Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
 Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es mas:
 Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing/ Enfocado al valor/
 Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium

Ejemplo de características:
 Costos fijos (Salarios, rentas, Utilidades) Costos Variables
 Economías de escala Economías de alcance

Fuente De Ingresos



Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
 Actualmente por que se paga?
 Como están pagando?
 Como prefieren pagar?
 Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:
 Venta de activo
 Cargo por uso
 Cargo por suscripción
 Cargo de comestaje
 Publicidad

Precios fijos
 Lista de precios
 Según características
 Dependiendo del segmento
 Dependiendo del volumen

Precios dinámicos
 Negociación
 Gestión del rendimiento
 Mercado en tiempo real / Prestamo/Alquiler/Arrendamiento
 Subastas Licenciamiento

Venta de productos
 Auspicio de marcas de productos utilizados en los talleres
 Cuota de membresía
 Talleres contratados por el estado o entidades privadas
 Consultorías a particulares