

RE(CREA) TU NEGOCIO CONSCIENTE

DEC
TU EMPRENDIMIENTO CONSCIENTE
SESIÓN 2

PROPÓSITO

- Debe ser ambicioso
- Construirlo desde la grandeza
- No es un oficio o profesión
- Debe quedar claro el para qué
- Puede ser una versión corta y una más larga
- No poner el “vehículo”



TU TURNO

DIÁLOGO INTERNO:

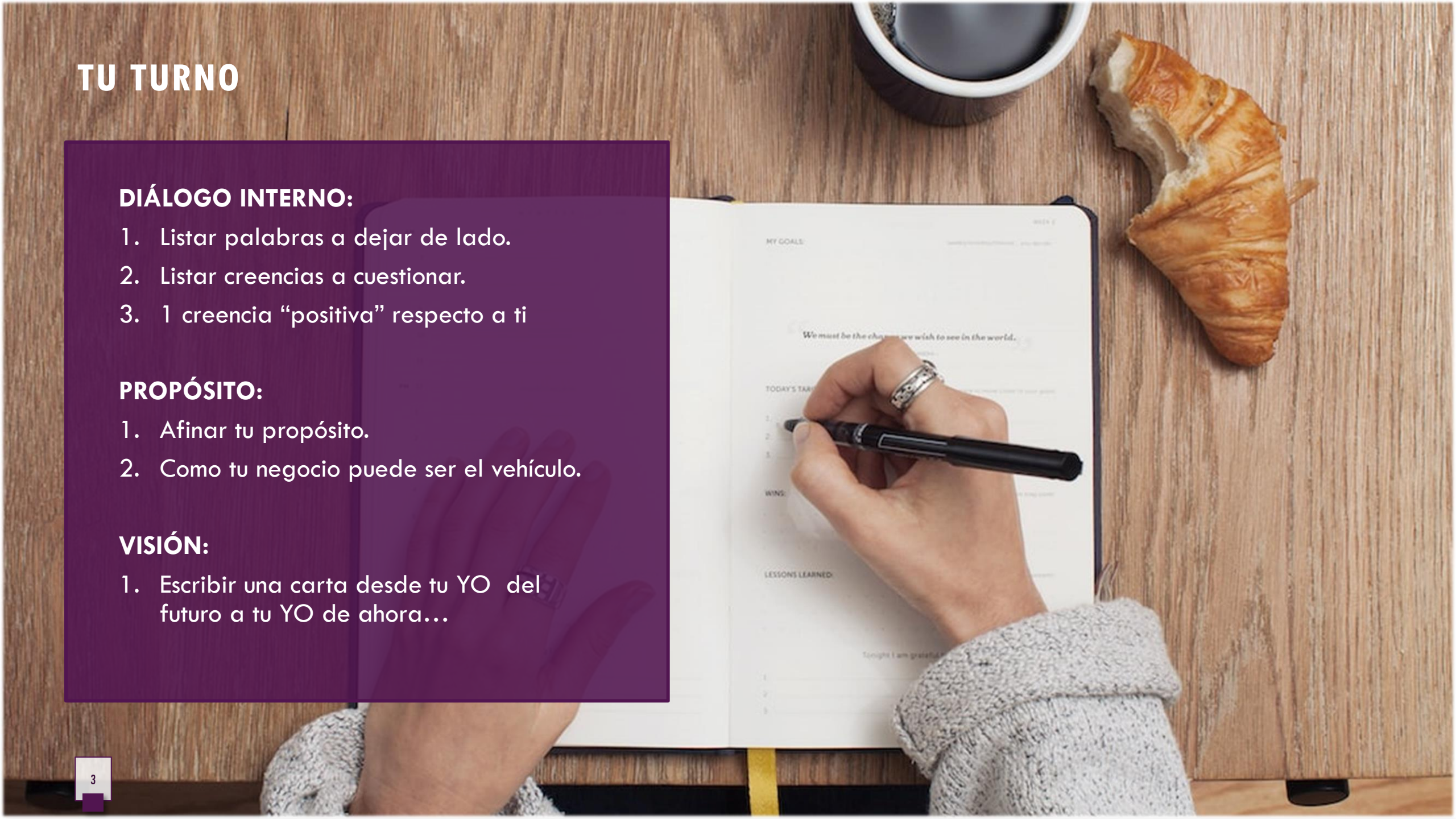
1. Listar palabras a dejar de lado.
2. Listar creencias a cuestionar.
3. 1 creencia “positiva” respecto a ti

PROPÓSITO:

1. Afinar tu propósito.
2. Como tu negocio puede ser el vehículo.

VISIÓN:

1. Escribir una carta desde tu YO del futuro a tu YO de ahora…



Propósito (trascender)

Visión Personal

7 Pilares de Vida

- Finanzas
- Relaciones
- Desarrollo Personal
- Salud
- Espiritualidad
- Contribución
- Negocios/carrera

Tu Modelo de Negocios



MODELO DE NEGOCIOS

"Procura, no que alguien te pueda entender, sino que nadie pueda dejar de entenderte"

- Marco Fabio Quintiliano

ANALÍTICO

EMOCIONAL

¿CÓMO?
Cómo género mis productos o servicio, con quien o que me apoyo para materializarlo

¿QUÉ?
Qué ofrezco a mi mercado meta

¿QUIÉNES?
A quiénes ayudo y como me relación y artículo me llegada a ellos

EFICIENCIA

VALOR

¿CUANTO?
Cuánto dinero se moviliza a través de mi negocio (ingresos y salidas)

MI MODELO DE NEGOCIO

VALOR

PERCEPCIÓN SOCIAL

NO TUYA, SINO DE… DE TU MERCADO



MI MODELO DE NEGOCIO

¿CÓMO?

Cómo género mis productos o servicio, con quien o que me apoyo para materializarlo

¿QUÉ?

Qué ofrezco a mi mercado meta

RELACIÓN CON EL CLIENTE

Relación con el cliente

¿Qué trato obtendrá tu consumidor?

¿será personalizado, automatizado, exclusivo?

¿Cómo los mantendrás?

¿Cómo los harás crecer?

CANALES

Canales

¿Qué medios usarás para contactar a los clientes?

SEGMENTO DE MERCADO

Segmento de mercado

¿Quiénes son tus clientes?

¿A quién va dirigido tu emprendimiento?

¿CUANTO?

Cuánto dinero se moviliza a través de mi negocio (ingresos y salidas)

MI MODELO DE NEGOCIO

¿CÓMO?

Cómo género mis productos o servicio, con quien o que me apoyo para materializarlo

PROPUESTAS DE VALOR

Propuesta de valor

¿Qué te diferenciará de la competencia?

¿Qué problema resuelve tu negocio?

RELACIÓN CON EL CLIENTE

Relación con el cliente

¿Qué trato obtendrá tu consumidor?

¿será personalizado, automatizado, exclusivo?

¿Cómo los mantendrás?

¿Cómo los harás crecer?

CANALES

Canales

¿Qué medios usarás para contactar a los clientes?

SEGMENTO DE MERCADO

Segmento de mercado

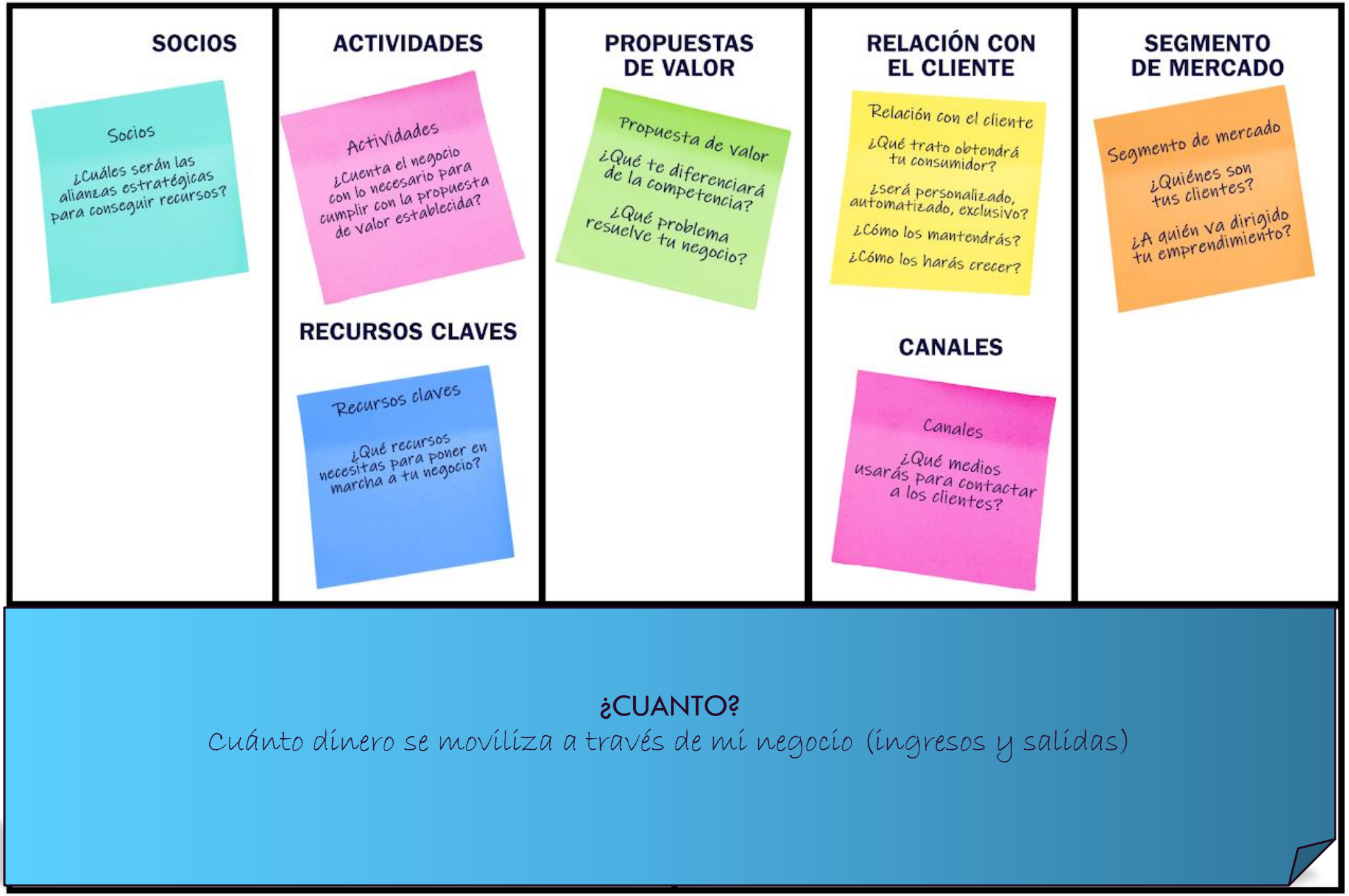
¿Quiénes son tus clientes?

¿A quién va dirigido tu emprendimiento?

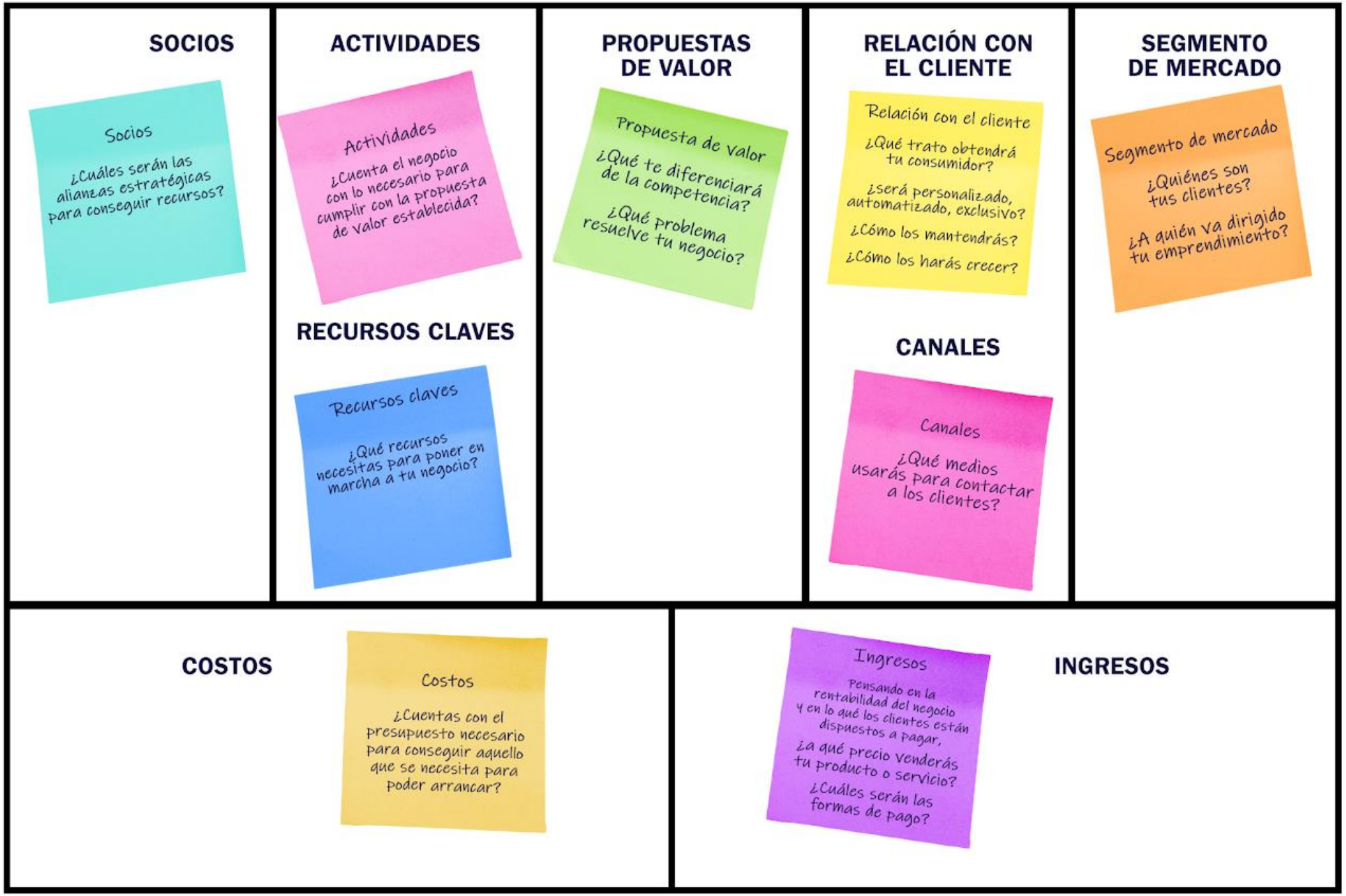
¿CUANTO?

Cuánto dinero se moviliza a través de mi negocio (ingresos y salidas)

MI MODELO DE NEGOCIO



MI MODELO DE NEGOCIO



MODELO DE NEGOCIO CANVAS



Business Model Canvas

Socios clave



¿quiénes son nuestros socios clave?
¿quiénes son nuestros suministradores clave?
¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?
¿qué actividades clave realizan los socios?

- Fabricantes de Maquinas de Café
- Cultivadores de Café

Actividades clave



¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

- B2C Distribución
- Marketing

Recursos clave



¿qué recursos clave requiere nuestra ¿propuesta de valor?
¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes?
¿fuentes de ingresos?

- Café
- Patentes
- Canales de distribución
- Capacidad de fabricar Capsulas

Propuestas de valor



¿qué valor entregamos al cliente?
productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?
del cliente estamos satisfaciendo?

- Maquinas de Nespresso
- Capsulas de Nespresso

Relaciones con clientes



¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?
¿cuáles hemos establecido?
¿cómo están integradas con el resto de nuestro modelo de negocio?

- Nespresso Club´s

Canales



¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros

- Retail
- Correo (e-correo)
- Nespresso.com
- Tiendas Nespresso
- Call Center

Segmentos de cliente



¿para quién estamos creando valor?
¿quiénes son nuestros clientes más importantes?

- Hogareños
- Gente de negocios

Estructura de costes



¿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?

- Producción
- B2C Distribución
- Marketing

Fuentes de ingresos



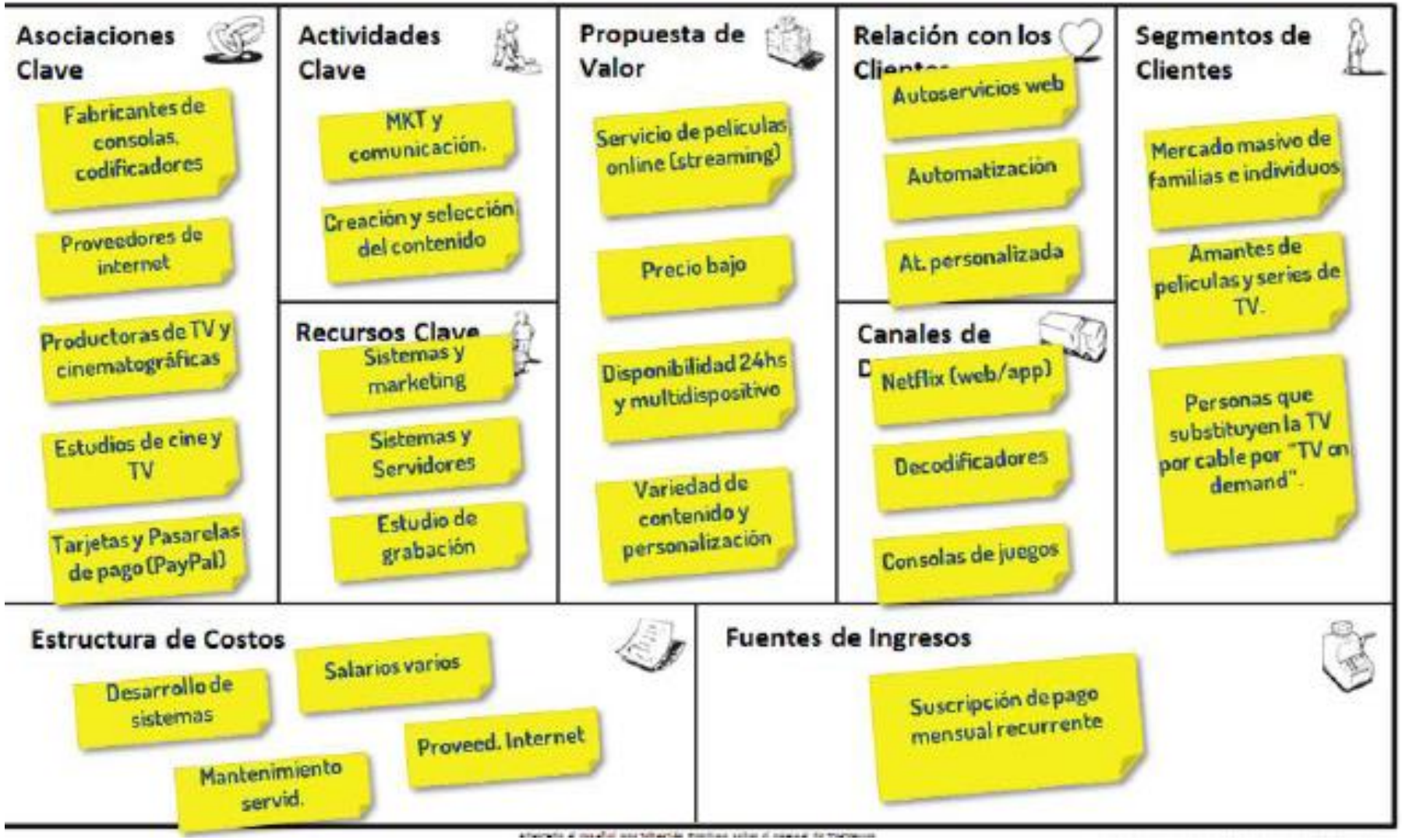
¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
¿para qué pagan actualmente?
¿cómo están pagando ahora?
¿cómo preferirían pagar?
¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

- Maquinas de Nespresso
- Capsulas de Nespresso

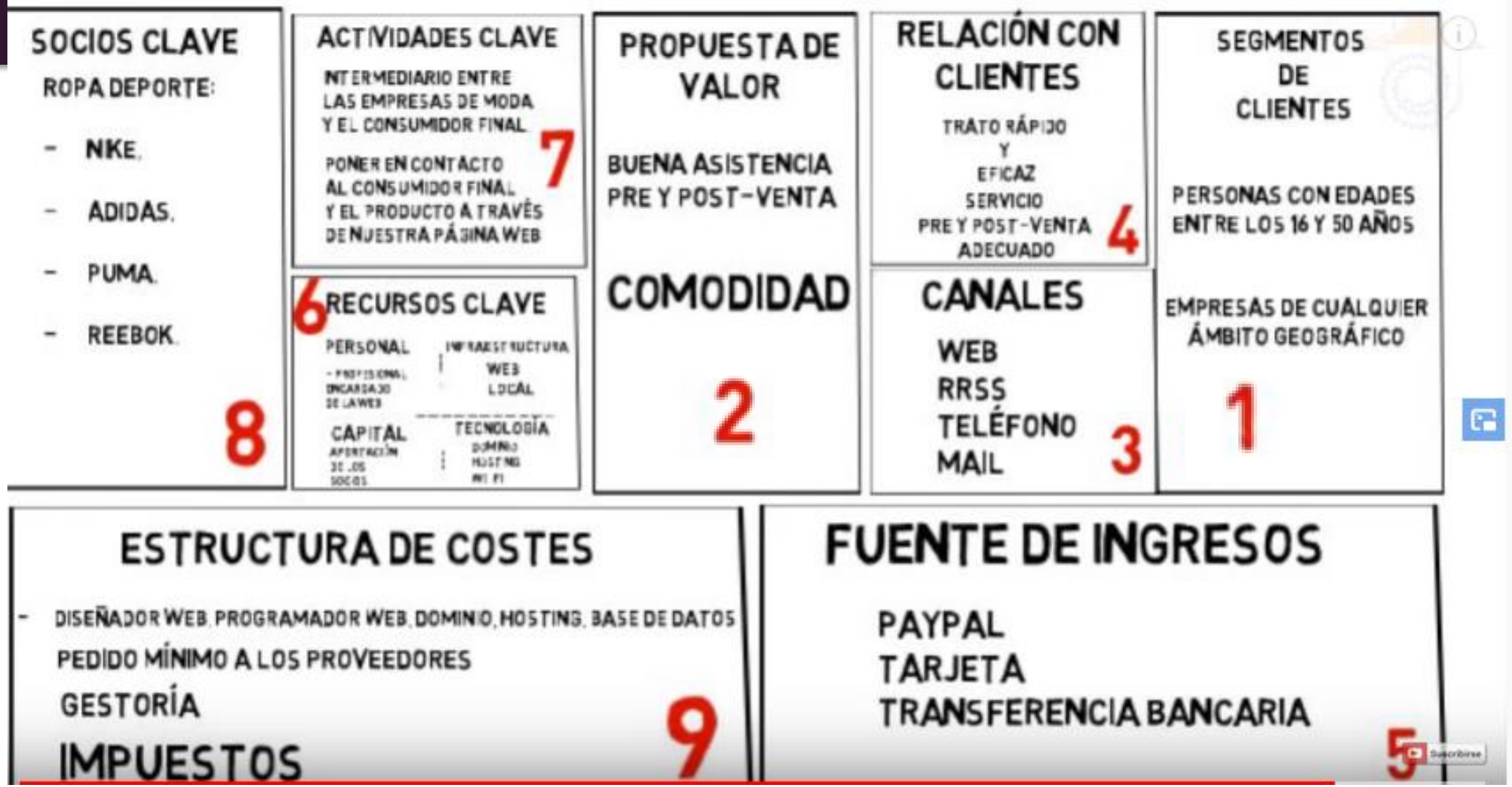
Business Model Canvas

Modelo de Negocio Canvas

NETFLIX



- Tienda de


SOCIOS CLAVE
ROPA DEPORTE:
- NIKE.
- ADIDAS.
- PUMA.
- REEBOK.
8
ACTIVIDADES CLAVE
INTERMEDIARIO ENTRE LAS EMPRESAS DE MODA Y EL CONSUMIDOR FINAL
PONER EN CONTACTO AL CONSUMIDOR FINAL Y EL PRODUCTO A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB
7
RECURSOS CLAVE
6
PERSONAL
CAPITAL
INFRAESTRUCTURA
WEB
LOCAL
TECNOLOGÍA
PROPUESTA DE VALOR
BUENA ASISTENCIA PRE Y POST-VENTA
COMODIDAD
2
RELACIÓN CON CLIENTES
TRATO RÁPIDO Y EFICAZ SERVICIO PRE Y POST-VENTA ADECUADO
4
CANALES
WEB
RRSS
TELÉFONO
MAIL
3
SEGMENTOS DE CLIENTES
PERSONAS CON EDADES ENTRE LOS 16 Y 50 AÑOS
EMPRESAS DE CUALQUIER ÁMBITO GEOGRÁFICO
1
ESTRUCTURA DE COSTES
- DISEÑADOR WEB, PROGRAMADOR WEB, DOMINIO, HOSTING, BASE DE DATOS
PEDIDO MÍNIMO A LOS PROVEEDORES
GESTORÍA
IMPUESTOS
9
FUENTE DE INGRESOS
PAYPAL
TARJETA
TRANSFERENCIA BANCARIA
5

TU TURNO

1. Responde el cuestionario de base para construir tu modelo de negocios: https://forms.gle/225BDgGbPiEg3v4EA
2. Completa tu lienzo en el documento descargable.
3. Comparte con tu dupla tus principales hallazgos, escucha su feedback y hagan lo mismo con su modelo de negocios.

