

## Socios clave



¿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?

### motivaciones para socios:

optimización y economía  
reducción de riesgo e incertidumbre  
adquisición de recursos y actividades particulares

## Actividades clave



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

### categorías

producción  
resolución de problemas  
plataforma / red

## Propuestas de valor



¿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?

### características

novedad  
rendimiento  
personalización  
"hacer el trabajo"  
diseño  
marca / status  
precio  
reducción de coste  
reducción de riesgo  
accesibilidad  
conveniencia / usabilidad

## Relaciones con clientes



¿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?

### ejemplos

asistencia personal  
asistencia personal dedicada  
autoservicio  
servicios automatizados  
comunidades  
co-creación

## Segmentos de cliente



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

mercado de masas  
mercado de nicho  
segmentado  
diversificado  
plataforma multilateral

## Recursos clave

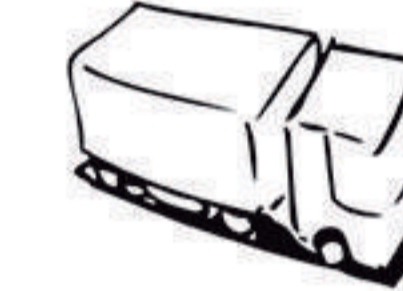


¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?  
¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes?  
¿fuentes de ingresos?

### tipos de recursos

físico  
intelectual (patentes de marca, copyrights, datos)  
humanos  
financieros

## Canales



¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente?  
¿cómo les contactamos ahora?  
¿cómo están integrados nuestros canales?  
¿cuáles funcionan mejor?  
¿cuáles son más eficientes en costes?  
¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?

### fases del canal

- Conciencia  
¿cómo conseguimos conciencia sobre los productos y servicios de nuestra empresa?
- Evaluación  
¿cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestra organización?
- Compra  
¿cómo permitimos a nuestros clientes comprar productos y servicios específicos?
- Entrega  
¿cómo llevamos la propuesta de valor a los clientes?
- Postventa  
¿cómo proporcionamos soporte post-venta a los clientes?

## 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?

### es tu negocio más:

basado en coste (estructura de coste más escueta, propuesta de valor de precio bajo, máxima automatización, outsourcing extensivo)  
basado en valor (centrado en creación de valor, propuesta de valor premium)

### características de ejemplo:

costes fijos (salarios, rentas, utilidades)  
costes variables  
economías de escala  
economías de atarce



## 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?

### tipos

venta de activos  
pago por uso  
cuota de suscripción  
préstamo / alquiler / leasing  
licencias  
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

