

CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



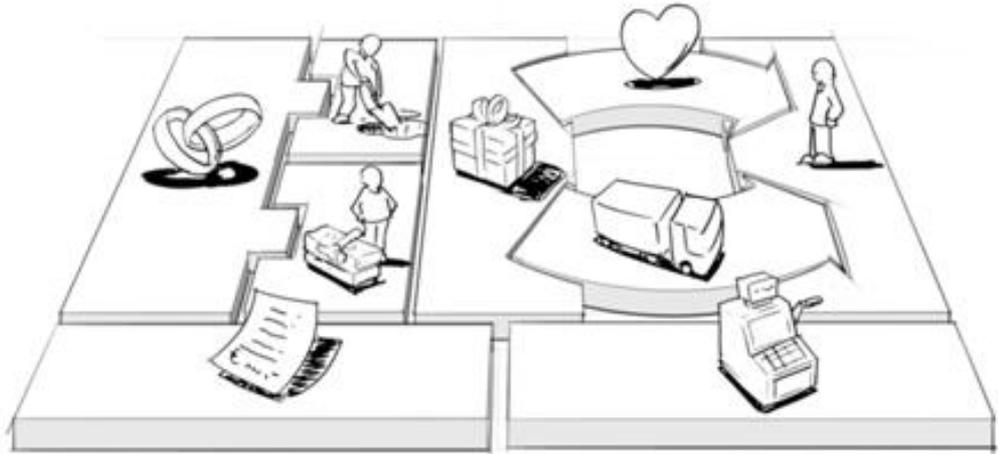
UNIVERSIDAD
CONTINENTAL



INSTITUTO
CONTINENTAL

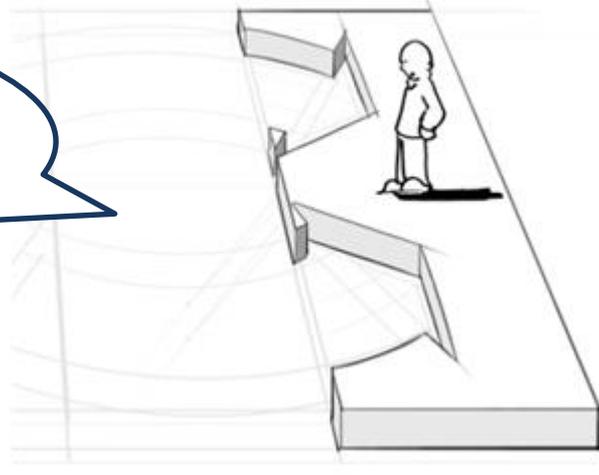
www.continental.edu.pe

Analizando los 9 bloques del Lienzo de Modelo de Negocio



Segmentos de Clientes

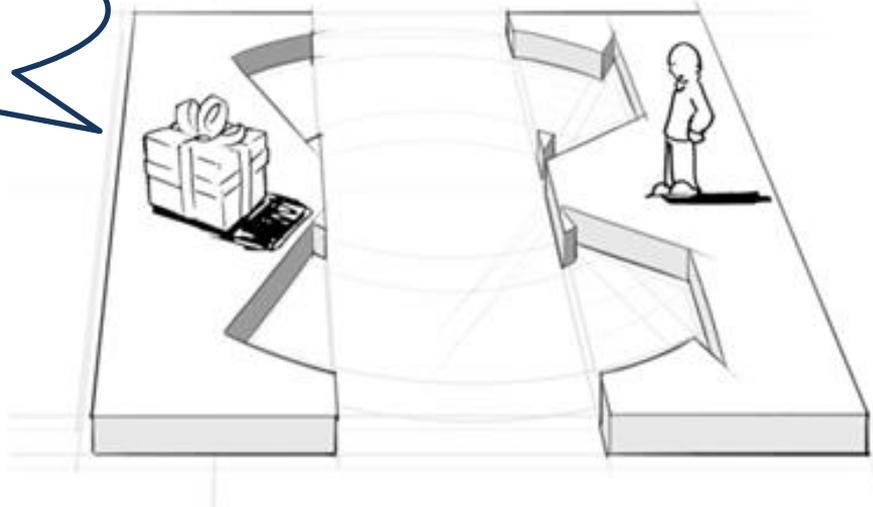
¿Quiénes son nuestros clientes o segmento de mercado?



Segmentos de Mercado: Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.

Propuesta de Valor

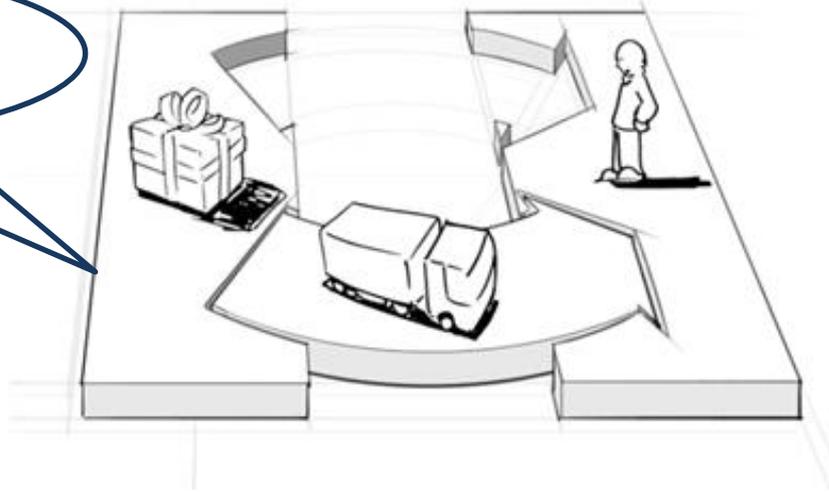
¿Cuál es la propuesta de valor?



Es la razón por la cual los clientes escogen una empresa y no otra.

Canal de Distribución

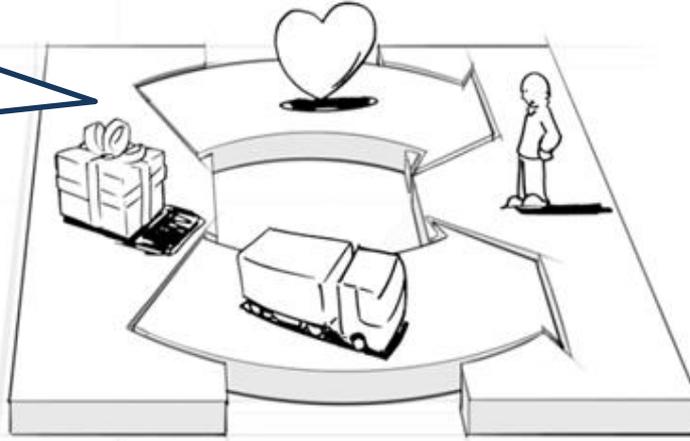
¿Cuál es el canal de distribución?



Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación distribución y venta.

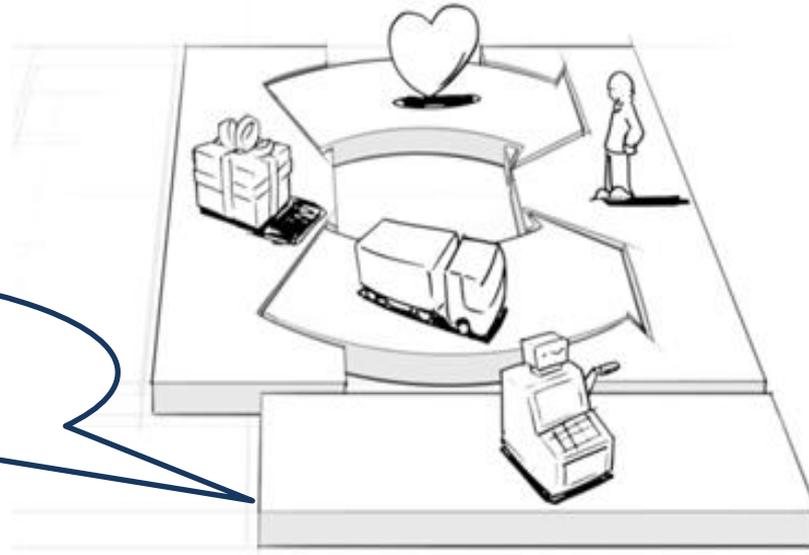
Relación con los Clientes

¿ Qué relación vamos a generar con el cliente?



Una empresa debe escoger el tipo de relación que desea mantener con su cliente.

Fuentes de Ingresos

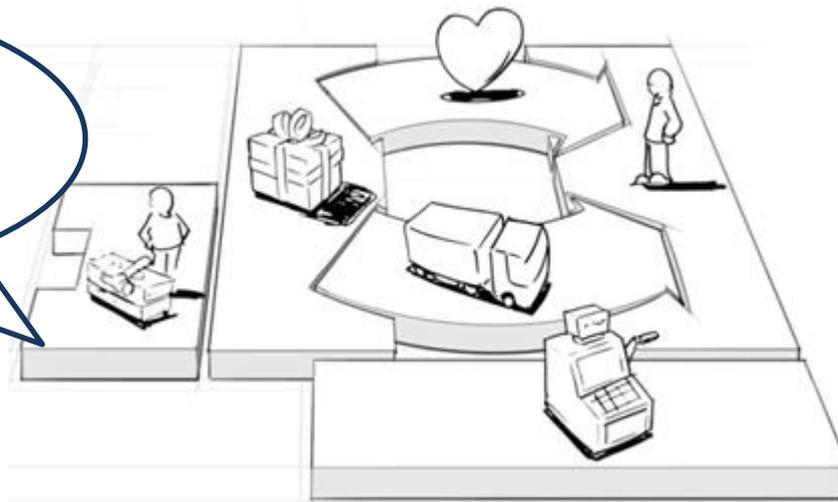


¿Cómo se van a generar los ingresos?

Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.

Recursos Claves

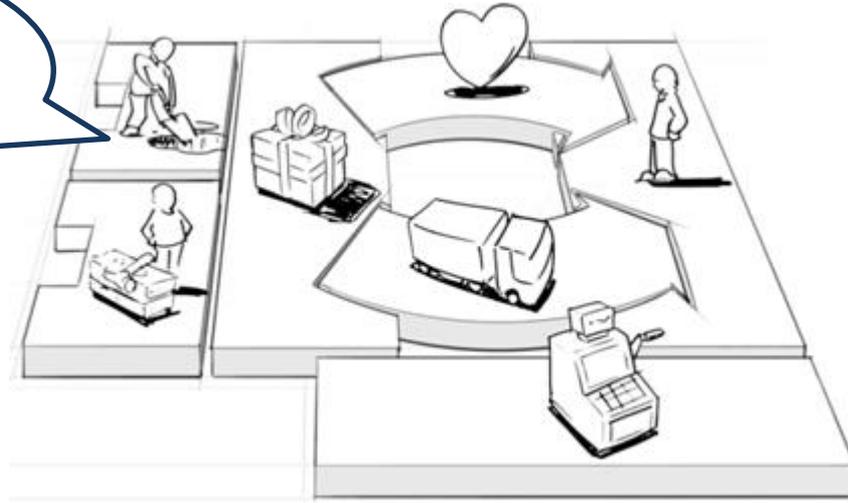
¿Cuáles serán
nuestros recursos
clave?



Representan los activos más importantes para hacer funcionar el negocio.

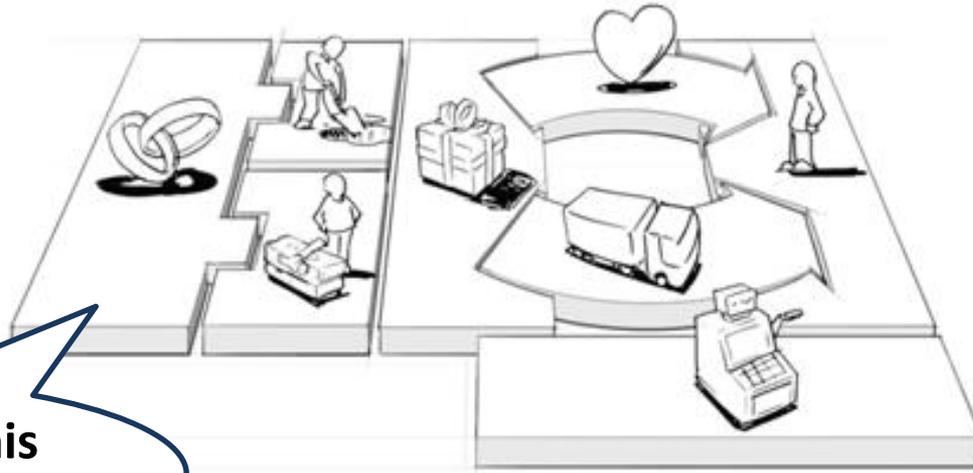
Actividades Claves

¿Cuáles son las actividades claves para el negocio?



Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito.

Socios Estratégicos

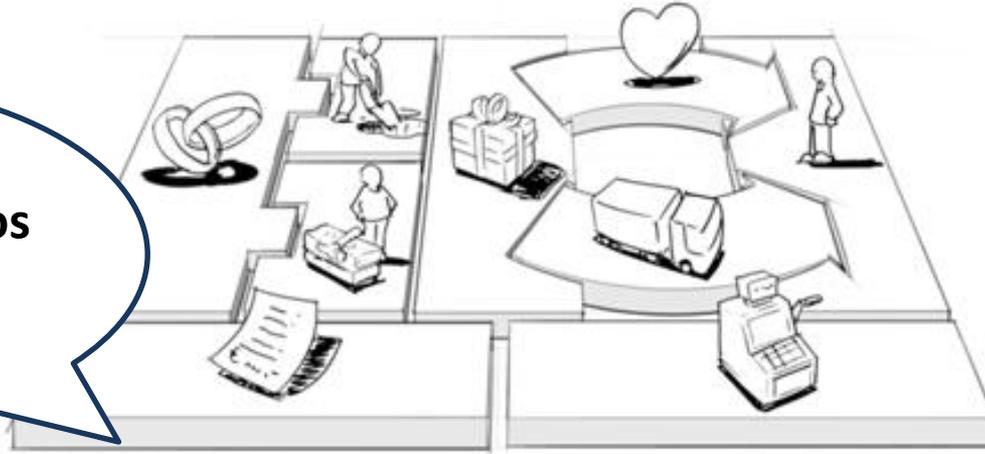


¿Quiénes son mis socios estratégicos?

Se crean alianzas para optimizar el modelo de negocios, reducir riesgos o para adquirir recursos.

Estructura de Costos

¿Cuál es la estructura de costos de la compañía?



Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.

Lienco De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

<h3>Socios Clave</h3>  <p>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?</p> <p>Indicadores para valor clave: Disponibilidad y capacidad Cualidad del servicio Actitud de servicio al cliente Actitud de innovación y actividades colaborativas</p>	<h3>Actividades Clave</h3>  <p>Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p>	<h3>Propuesta de Valor</h3>  <p>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?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>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?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p>	<h3>Segmentos De Clientes</h3>  <p>Para quién estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes mas importantes?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p>
	<h3>Recursos Clave</h3>  <p>Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p>		<h3>Canales</h3>  <p>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?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p>	
<h3>Estructura De Costos</h3> <p>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?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p> <p>Indicadores de costo: Costos de materiales Costos de mano de obra Costos de energía Costos de alquiler Costos de transporte Costos de marketing Costos de desarrollo</p>		<h3>Fuente De Ingresos</h3>  <p>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?</p> <p>Indicadores: Disponibilidad Cualidad del servicio Tiempo de "tiempo al cliente" Cualidad del servicio Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales Disponibilidad de canales</p>		

www.businessmodelgeneration.com

Traducido por: José Hernán Restrepo Montoya.

joaseingemecanico@gmail.com

Medellin, Colombia.

Este trabajo está licenciado bajo "Licencia Creative Commons Atribución-Non Comercial".
Para un mayor detalle de la licencia, visite: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

© 2011 por Steve Blank y Bruce H. Byham. Todos los derechos reservados. Publicado por
el autor en colaboración con Entrepreneur, 135 Second Street, Suite 500, San Francisco, California.





CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



¡ Muchas Gracias !

www.continental.edu.pe