



Segmentando clientes				
Tipo de Campo	Enunciado	Descripción	Rúbrica Evaluación	Ponderación
Párrafo	Describe al que será tu primer segmento de clientes	Describe aquí las características más relevantes que identifican al grupo de personas que serán tu primer segmento de clientes.	Profundiza en un segmento en particular (o máximo 2) y lo describe con total claridad y profundidad, considerando, grupo etario, género, localización geográfica, aspectos psicológicos, de comportamiento, motivaciones, valores y otros que sean relevantes.	10%
		Considera:		
		-Rasgos demográficos (geográficos, digitales, sociales y económicos)		
		-Rasgos psicológicos (creencias, preferencias, emociones, necesidades)		
Párrafo	¿Qué diferencia a tu segmento de clientes de otros?	-Rasgos comportamentales (conductas, hábitos)	Se mencionan ventajas comparativas específicas de dicho segmento de clientes en relación a la propuesta de solución. Estas ventajas tienen relación con:	10%
		Describe aquí diferencias relevantes de tu segmento de clientes respecto de otros grupos de personas parecidos.		
		Considera especialmente rasgos psicológicos o comportamentales.	-Facilidad de acceso al cliente.	
			-Viabilidad de comercialización.	
Párrafo			-Nivel de “dolor” del cliente en relación al problema, o de “necesidad” en relación con la oportunidad.	

Párrafo	¿Por qué tu cliente quiere resolver su problema o aprovechar una oportunidad?	Describe aquí supuestos sobre las razones que tu cliente podría tener para querer resolver la situación problemática que tu servicio/producto aborda.	Los supuestos planteados son posibles de testear. Para ello deben ser planteados en forma simple y concreta.	10%
			Los supuestos planteados son fundamentales de testear para el éxito del negocio (su validación aportará información crítica para determinar si el modelo está bien planteado o no).	

Evidencia y validación con clientes y usuarios

Tipo de Campo	Enunciado	Descripción	Rúbrica Evaluación	Ponderación
URL	Entrevistas	Inserta acá el link a un vídeo en Youtube o Vimeo que contenga la(s) entrevista(s) que realizaste a tus potenciales clientes y/o usuarios, a expertos, etc.	Las entrevistas presentadas cumplen con las siguientes características:	20%
		Esta entrevista debe indagar al menos lo siguiente:	-Los clientes entrevistados calzan con el perfil descrito para el segmento de mercado objetivo.	
		-Descripción del problema desde el cliente.	-Si se entrevista a un experto, su experiencia se comprueba a través del conocimiento de la materia.	
		-Descripción de un “viaje de cliente” desde su perspectiva.	-Las entrevistas son breves y al grano.	
		-¿Qué dice, piensa, siente y/o hace en relación con el problema y/o con su viaje de cliente?		
		-Algunos ¿Por qué? De su experiencia.		

Archivo	Inserta aquí un archivo que describa el Súper Viaje del Cliente que han generado a partir de los testeos.	Completa la plantilla y adjunta el “Súper Viaje del Cliente” aprendido durante el taller. Incluye elementos del mapa del empatía, los cinco por qué y el viaje del cliente que aprendiste de tu proceso de validación	El documento contiene elementos importantes relacionados con la experiencia del cliente, y permite hacerse una idea clara de lo que siente, piensa, dice y hace,. Genera una historia donde identifica acciones e hitos relevantes y las razones con respecto al problema (5 Por qué).	20%
			El mapa contiene solo los elementos centrales y se entiende con claridad	

Aprendizaje obtenido en la validación

Tipo de Campo	Enunciado	Descripción	Rúbrica Evaluación	Ponderación
Párrafo	¿Qué aprendizajes han obtenido a partir de la realización del Súper Viaje del Cliente, sobre el segmento de clientes elegido?	En relación con el segmento de clientes elegido, y a partir de su experiencia de testeo y elaboración del “Súper viaje del cliente”, anoten aquí los principales aprendizajes y modificaciones a su modelo de negocios que han realizado o realizarán.	Los aprendizajes mencionados son relevantes y se desprenden directamente de los elementos mencionados en los antecedentes (entrevistas, vídeo, archivo adjunto).	15%
			Se mencionan los principales elementos que surgen del análisis de los antecedentes (y no elementos circunstanciales o irrelevantes).	
Párrafo	¿Qué aprendizajes han obtenido a partir de la realización del Súper Viaje del Cliente, sobre el problema abordado?	En relación con problema abordado, y a partir de su experiencia de testeo y elaboración del “Súper viaje del cliente”, anoten aquí los principales aprendizajes y modificaciones a su modelo de negocios que han realizado o realizarán.	Los aprendizajes mencionados son relevantes y se desprenden directamente de los elementos mencionados en los antecedentes (entrevistas, vídeo, archivo adjunto).	15%
			Se mencionan los principales elementos que surgen del análisis de los antecedentes (y no elementos circunstanciales o irrelevantes).	