

PLANTILLA COMO CREAR UN Producto Mínimo Viable

A VECES LA VIDA TE DA

PASO A PASO PARA CREAR TU Producto Mínimo Viable

Un Producto Mínimo Viable o PMV se define como un producto con el mínimo de características necesarias para lograr un objetivo específico, que puedas presentar a tus clientes y verificar si les interesa con el mínimo esfuerzo.

Coge papel y bolígrafo y vete siguiendo el paso a paso

¡ Adelante!

1. Enumera las características y funcionalidades de tu producto o servicio

Servicio:

- Hacer que el cliente se sienta cómodo y satisfecho con el producto.
- Garantizar una entrega rápida de las compras.
- Mantener actualizado con nuevos productos y lanzamientos.
- Patrocinar y promocionar cada nuevo lanzamiento de descuentos.

Características:

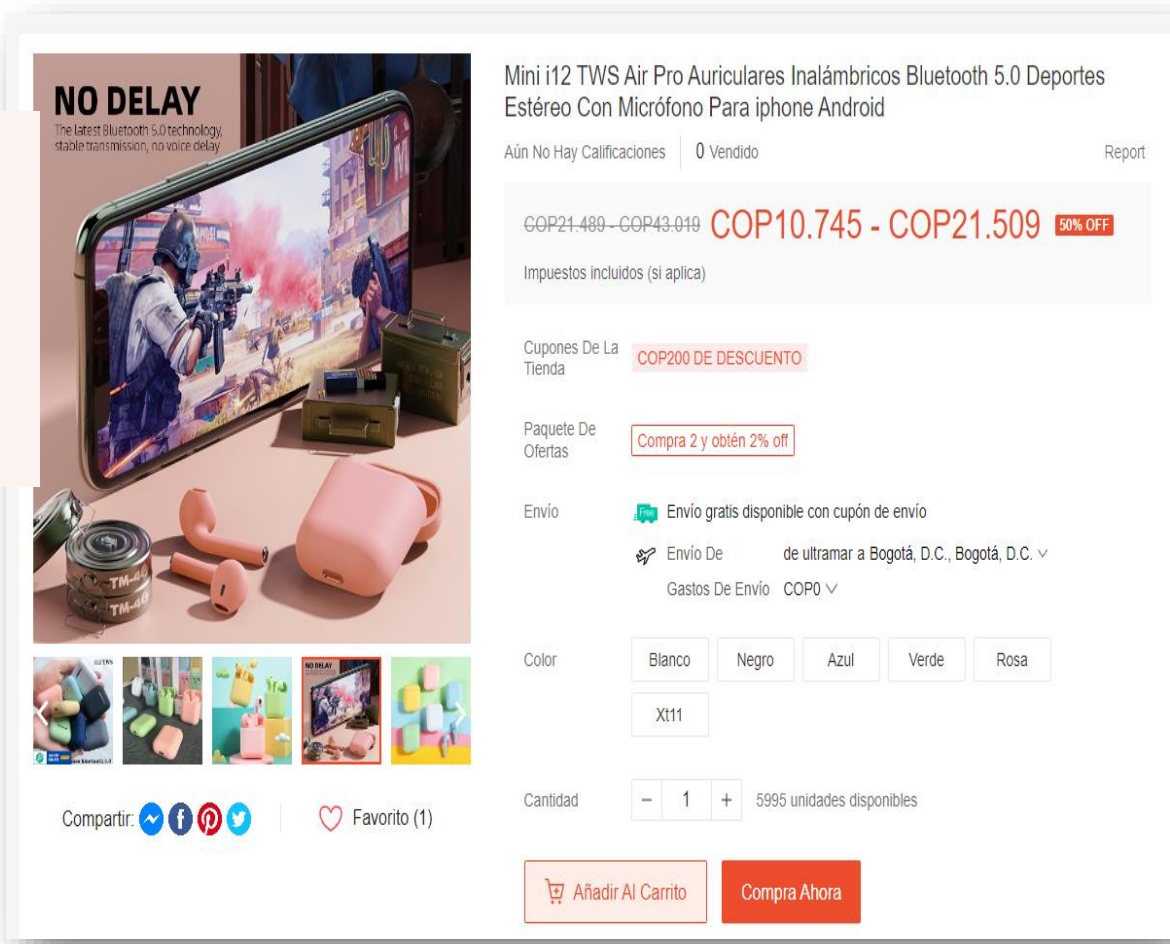
- Personalización disponible por a través de accesorios de ropa y pulseras, entre otros.
- Crear atracción hacia el comprador mediante estrategia de marketing.
- La página web contará con una interfaz interactiva.
- Celebrar eventos importantes, ya sean relacionados con la empresa o festividades.
- Ofrecer una experiencia de uso sencillo y compatible con múltiples plataformas.
- Proporcionar cupones de descuento para cada producto.

2. Elige las funcionalidades clave, 3 como máximo (cuantas menos mejor)

- Personalización por cada accesorio, ropa, o pulsera de catalogado con su respectivo diseño original.
- Garantizar una entrega rápida en un plazo de 2 a 3 días después de la compra.

3. Si tu PMV es un producto, dibuja un boceto, si es un servicio, enumera que vas a ofrecer

- Personalización con accesorios, ropa o pulsera a gusto del cliente.
- Garantizar una entrega rápida del producto después de la compra.



4. Define tu propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor se centra en brindar a nuestros clientes la oportunidad de expresar su estilo único a través de accesorios, pulseras y prendas personalizadas. Valoramos la singularidad de cada persona y creemos firmemente en la importancia de contar con piezas exclusivas que reflejen su personalidad. Nos destacamos por la calidad excepcional y la durabilidad de nuestros productos, ya que trabajamos con materiales de primera calidad que se mantienen en óptimas condiciones a lo largo del tiempo. Además, nos comprometemos a realizar entregas rápidas para que puedas disfrutar de tus pedidos sin demoras. Con nuestros accesorios, pulseras y prendas personalizables, buscamos brindarte una experiencia verdaderamente única. Queremos que te sientas especial al utilizar nuestros productos, sabiendo que son distintivos y han sido fabricados con los más altos estándares de calidad. Tu satisfacción y la expresión de tu estilo personal son nuestra máxima prioridad.

5. Define el precio de tu PMV , es muy importante que marques un precio de lanzamiento para valorar si están dispuestos a pagar por ello , luego podrás ir ajustándolo.

El material para crear los accesorios, ropa y pulseras serían: \$ 200,000. Estoy dispuesto a pagar \$200,000 por el precio de lanzamiento que incluye los materiales para crear los accesorios, ropa y pulseras, entonces ese sería el precio para iniciar a valorar el producto.

6. Crea una landing page e incluye un formulario de suscripción para captar mails

Unique Style

¿Cómo encontrar mi estilo personal?

En nuestro negocio "Unique Style", te ofrecemos una amplia selección de productos personalizables que te permitirán expresarte y lucir increíble en cada ocasión.

www.UniqueStyle.com

Suscríbete a nuestra lista de correos y sé el primero en enterarte de nuestras novedades, promociones especiales y lanzamientos exclusivos. ¡No te pierdas esta oportunidad de ser parte de nuestra comunidad de estilo!

Nombre

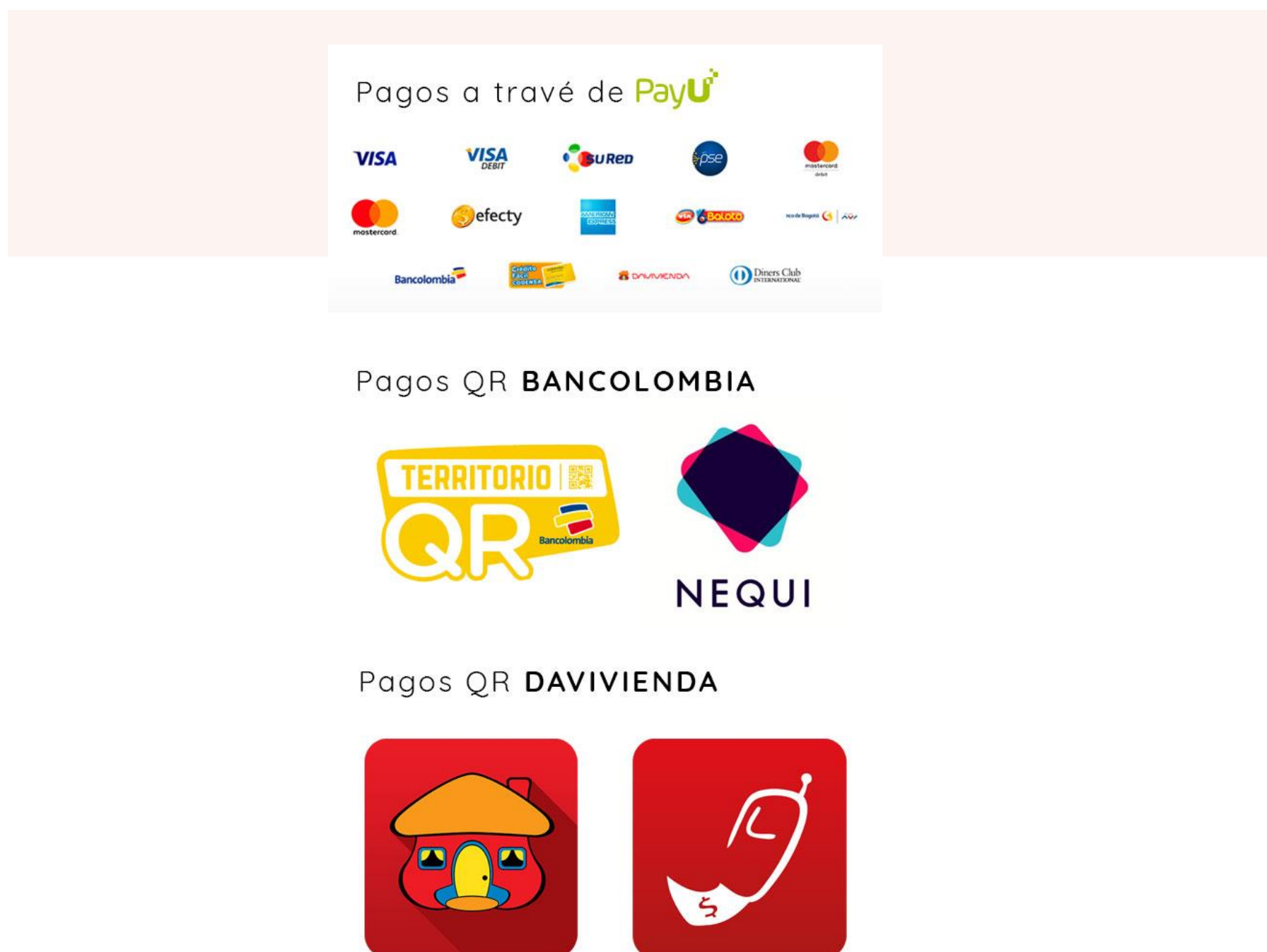
Apellido

Correo electrónico

OBTENER UNIQUE

*Hemos enviado el Unique Style a tu correo electrónico.

7. Establece y enumera las formas de pago Ej: Paypal, Stripe...



8. Enumera los canales de difusión que vas a utilizar para tu landing page, que redes o plataformas vas a utilizar, cómo lo vas a hacer...

- **Redes sociales:** Utiliza plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y Pinterest para promocionar el producto. Crear perfil de la empresa y compartir contenido visualmente atractivo, como imágenes y vídeos de las pulseras, ropa y accesorios que ofreces.
- **Influencers:** Identifica influencers relevantes en el ámbito de la moda y los accesorios, y colabora con ellos para promocionar el landing page. Puede enviarle productos gratuitos a cambio de publicaciones y reseñas en sus perfiles de redes sociales, lo que puede ayudar a aumentar la visibilidad y la credibilidad de la marca.
- **Marketing de contenidos:** Crear un blog en tu landing page y publica contenido relacionado con la moda, las tendencias de accesorios y consejos de estilo. Optimiza tu contenido para SEO (Search Engine Optimization) para atraer tráfico orgánico de los motores de búsqueda. Además, puedes colaborar con otros bloggers o escritores de moda para crear contenido de calidad y atraer a nuevos visitantes a tu sitio.
- **Colaboraciones con marcas afines:** Identificar otras marcas o tiendas en línea que ofrezcan productos complementarios o relacionados con los tuyos y busca oportunidades de colaboración. Puedes organizar promociones conjuntas, intercambiar enlaces o realizar colaboraciones creativas para aumentar la visibilidad mutua.

9. Ofrece atención personalizada. Estos primero clientes son oro puro, para obtener toda la información y poder mejorar tu producto o servicio, añadir o quitar funcionalidades y lanzar nuevas versiones. Define cómo lo vas a hacer.

Recopilación de información: Contactar a los clientes para recopilar información relevante, como preferencias de moda, tallas de ropa, preferencias de color, etc. Cuanto más aprenda, mejor podrá comprender y satisfacer sus necesidades.

Perfiles de clientes: Cree perfiles de clientes individuales. Registra y almacena su historial de compras, preferencias y otra información importante. Esto le ayudará a maximizar su experiencia.

Comunicaciones personales: Envío de comunicaciones, como correos electrónicos y mensajes de texto, utilizando la información del cliente. Para notificarle sobre promociones especiales, nuevos productos o ideas relacionadas con sus intereses anteriores. Establezca un tono amistoso y accesible para establecer una buena relación con ellos.

Tips y Trucos: Capacita a tu fuerza de ventas para brindarte una asesoría personalizada. Ayúdalos a identificar diferentes estilos, combinar accesorios y ropa, y hacer pulseras para combinar con la ropa. Fomenta la escucha activa para comprender las necesidades y deseos de cada cliente y hacer recomendaciones en consecuencia.

Programa de fidelización: Cree un programa de fidelización para recompensar a sus clientes de forma regular. Ofrezca descuentos, obsequios o puntos de recompensa que puedan canjearse por futuras compras. Estos programas alientan a los clientes a regresar y le permiten recopilar información sobre ellos.

servicio postventa: Proporcione un servicio postventa especial. Haga un seguimiento con los clientes para garantizar su satisfacción y aborde cualquier pregunta o inquietud que puedan tener. Este enfoque fortalecerá las relaciones con los clientes y promoverá el buena boca a boca.

8. Enumera las métricas accionables (KPI) que vas a valorar para medir el comportamiento del usuario

Tasa de conversión: mide la cantidad de personas que compran en un sitio web o minorista. Esta métrica lo ayuda a rastrear la efectividad de sus estrategias de marketing y publicidad para convertir visitantes en clientes.

Valor medio: Calcula el valor medio de la compra de cada cliente, puede comprender cuánto gastan sus clientes y ayudarlo a identificar formas de aumentar las ventas mediante la promoción de productos relacionados o el aumento del valor de cada compra.

Tasa de abandono del carrito de compras: mide la cantidad de usuarios que agregaron artículos a sus carritos de compras, pero no completaron la compra. A través de esta medición, puede comprender cualquier obstáculo o problema en el proceso de navegación, para mejorar la experiencia del usuario y aumentar la tasa de conversión.

Retención de clientes: evalúe la capacidad de su tienda para retener a los clientes existentes. Puede medir el tráfico de clientes a lo largo del tiempo, mostrando cuántos clientes regresaron y continuaron comprando en su tienda. Una alta tasa de retención muestra que sus clientes están satisfechos y leales a su marca.

Valor de por vida del cliente: determina cuánto ganará un cliente de su relación con su tienda. Lo ayudará a comprender cuánto necesita gastar para adquirir clientes y cuánto puede ganar de ellos con el tiempo.

Índice de satisfacción del cliente: mide qué tan satisfechos están los clientes con su tienda y su experiencia de compra. Puede utilizar encuestas o comentarios para recopilar información sobre la satisfacción del cliente y los esfuerzos de mejora.

Tiempo promedio en el sitio: mide cuánto tiempo pasan los usuarios en su sitio. Un mayor tiempo de permanencia muestra que los visitantes interactúan y obtienen valor de su contenido y productos.

9. Establece el tiempo que vas a utilizar como base para medir los resultados. Recuerda que tiene que ser el menor tiempo posible para que los datos sean significativos

Estas son algunas ideas para tener en cuenta al planificar su horario:

Diariamente: si su tienda tiene ventas diarias altas y la demanda de productos cambia rápidamente, es posible que desee considerar usar un horario diario. Esto le permite ver información sobre las ventas diarias, la efectividad de sus estrategias de marketing y el comportamiento general de sus usuarios.

Semanal: use un ciclo semanal si las ventas no son muy altas o si las ventas varían con el tiempo. Esto le da más control y le permite definir tendencias semanales y evaluar los resultados de anuncios cortos o promociones.

Mensual: Si tiene una tienda permanente que vende productos con una larga vida útil, puede elegir una hora de inicio mensual. Esto lo ayudará a realizar un seguimiento de sus resultados a lo largo del mes y le dará una idea de las tendencias y las tendencias a lo largo del tiempo.

Es importante adaptar los tiempos de lanzamiento a las características y necesidades únicas de su tienda. Puede analizar la primera vez para ver qué hora proporciona más información y puede tomar una decisión en consecuencia. También ten en cuenta que puedes combinar diferentes escalas dependiendo de la métrica que estés analizando.

Al final, nuestro objetivo es encontrar el equilibrio entre la frecuencia y las necesidades de datos, elegir una hora de inicio que funcione para su negocio y brindarle la información que necesita para tomar las decisiones correctas y oportunas.

¡ Lanza tu Producto Mínimo Viable!

Ahora que has creado tu PMV , **mide** los resultados, saca toda la información relevante sobre **qué es lo que funciona y no**, y vete haciendo **correcciones y ajustes** y crea nuevas iteraciones.

Si sigues todos estos pasos, darás con la clave, verás que tu PMV con pequeños ajustes y modificaciones te permitirá alcanzar el éxito.

¡Manos a la obra!

Si quieres seguir aprendiendo estrategias y herramientas que te ayuden a que tu negocio sea rentable y atraer más y mejores clientes

Te invito a contactar conmigo en
hola@virginiaburgos.com

O si lo prefieres puedes



Visitar mi blog



Seguirme en Instagram



Seguirme en LinkedIn