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?

motivaciones para socios: 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



¿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

rendimiento personalización "hacer el trabajo"

marca/status

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?

ejemplos

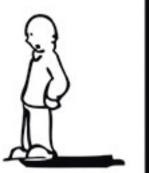
asistencia personal asistencia personal dedicada autoservicio servicios automatizados comunidades co-creación

¿cuánto cuestan?

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

intelectual (patentes de marca, copyrights, datos) financieros



segmentos de cliente? ¿cómo les contactamos ahora? ¿cómo están integrados nuestros canales?

¿cuáles son más eficientes en costes? ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?

fases del canal

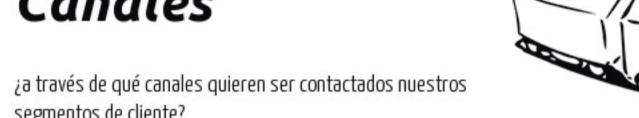
 Conciencia ¿cómo conseguimos conciencia sobre los productos y servicios de nuestra empresa?

¿cómo permitimos a nuestros clientes comprar productos y servicios específicos?

4. Entrega

¿cómo proporcionamos soporte post-venta a los clientes?

Canales



¿cuáles funcionan mejor?

¿cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestra organización?

¿cómo llevamos la propuesta de valor a los clientes? 5. Postventa

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 alcance



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?

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

