

Idea napkin



Subetapa:
Definición



Tiempo:
30 min



Dinámica recomendada:
Individual o equipo de innovadores



Materiales aplicación físico:

- Formato impreso (carta)
- Plumones de punto fino



Materiales aplicación digital:

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet



Enlace de descarga:
tooltec.mx



Notas al instructor:

Se debe motivar a los innovadores a ser lo más honestos y específicos posibles.

Se debe pedir que sean detallados con la información del formato, pero a la vez deben ser concretos y simplificarlo en un enunciado.

Idea napkin

BuOp • 20

Es una herramienta que ayuda a alinear la filosofía personal con las características básicas de una idea de negocio. Permite al usuario identificar y determinar variables básicas de su idea de negocio, como el mercado meta, la propuesta de valor y la ventaja competitiva. Estos elementos servirán como base para el desarrollo posterior del modelo de negocio inicial.

La idea napkin es una herramienta básica que se recomienda utilizar al concebir por primera vez una idea o concepto de negocio. Tiene varios objetivos, siendo el primero el alinear la filosofía personal con la propuesta de valor y la ventaja competitiva de la idea de negocio.

Autor:
Alex Bruton

Bibliografía:
Dr. Alex Bruton. (27 de octubre de 2022). The Innographer.
<https://www.theinnographer.com/>

Referencias adicionales:
<https://www.facebook.com/theinnographer/about/>
alex@theinnographer.com

La idea napkin cuenta con 5 partes:

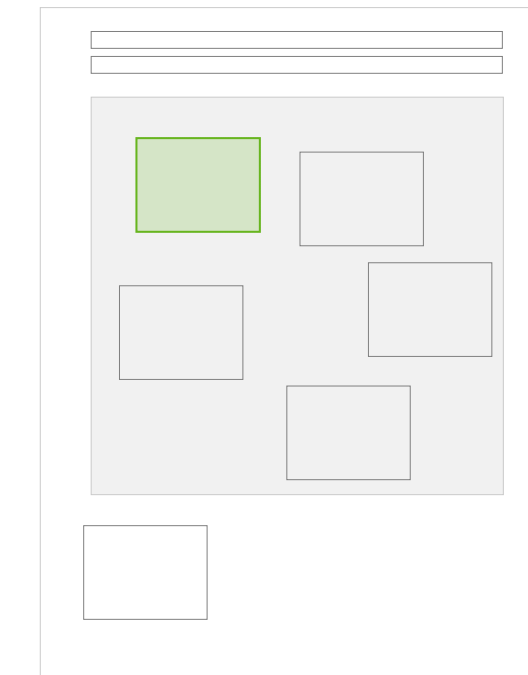
- 1. Persona (¿Quién eres tú?).** En este espacio la persona (emprendedor/innovador) se describe brevemente haciendo énfasis en sus motivaciones internas. Por ejemplo, soy una persona que busca el bien social y la felicidad de otros. Soy una persona respetuosa y honesta que basa su éxito en el trabajo continuo.
- 2. Ofrecimiento (¿Qué estás ofreciendo?).** Aquí se debe de explicar cuál es la solución que estamos ofreciendo a un mercado meta específico. Es el producto/servicio principal que se ofrece para solucionar una necesidad o deseo.
- 3. Beneficiario/cliente (¿A quién se lo estás ofreciendo?).** Se debe especificar el cliente o consumidor a través de sus características principales, como podría ser, el rango de edad, alguna afición de éste, nivel socioeconómico, etc. Es importante ser lo más detallado posible, lo que implica incluir al menos 5 características.

- 4. Ventaja competitiva (¿Cuál es tu ventaja competitiva?).** Es una o algunas capacidades tangibles o intangibles que tiene tu negocio sobre otros negocios similares. Por ejemplo, el constante análisis de datos o la personalización del producto. Éstas deben ser relevantes para los clientes y difíciles de copiar por la competencia.

- 5. Propuesta de valor (¿Por qué les importa a las personas?).** Aquí se debe enunciar lo que el cliente recibe, añadiendo lo que el cliente deja de perder (tiempo, esfuerzo, confusión) y comienza a ganar (data, trato personalizado, payback) al elegir la nueva alternativa.

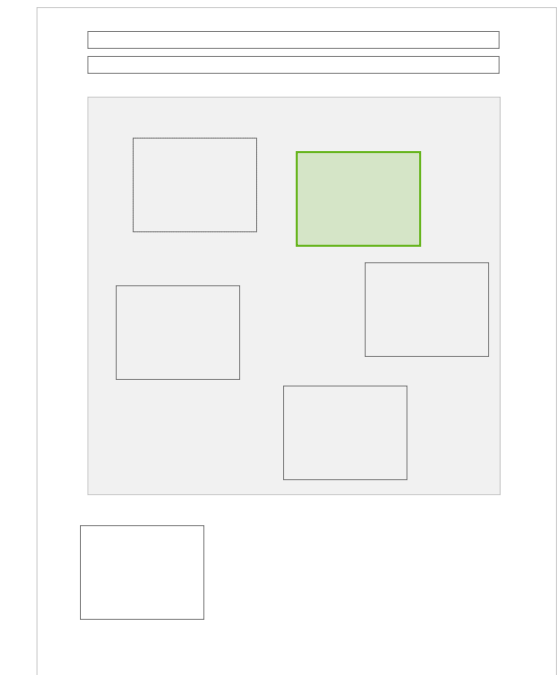
- 6. Sustitutos y alternativas.** Listar la competencia actual, ya sea directa o indirecta.

La idea napkin debe ser llenada con enunciados breves y claros que permitan identificar los elementos clave.



Paso 1.

El emprendedor-innovador se debe describir brevemente, listando al menos una motivación interna y algún valor que le da guía al emprender.



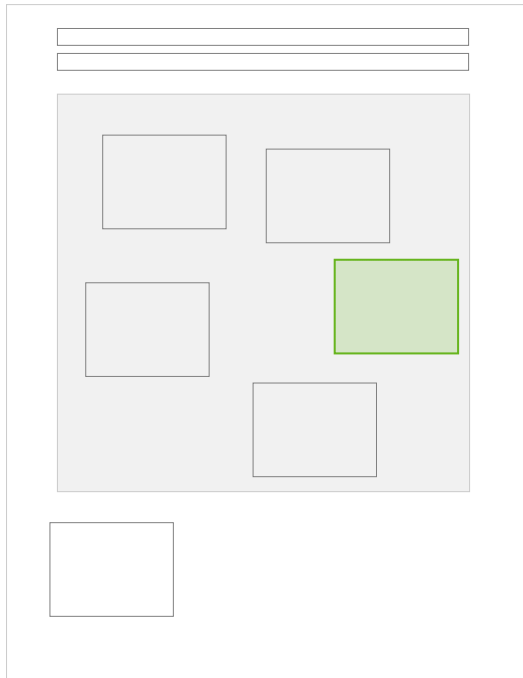
Paso 2.

Describir el producto o servicio que se ofrece, incluyendo detalles de algunas características del producto.



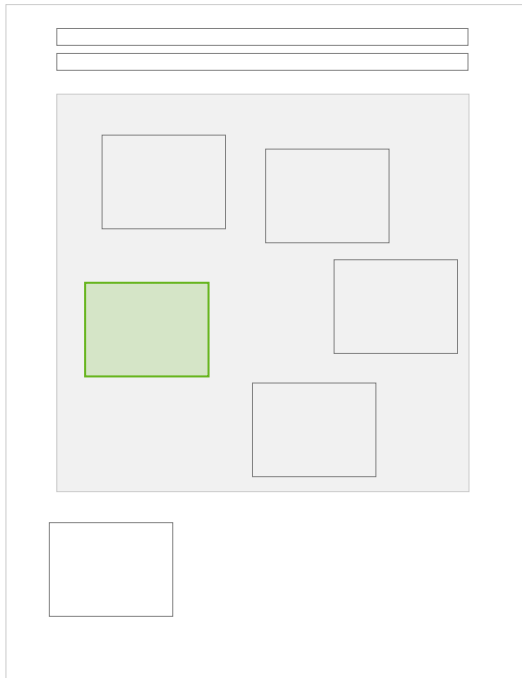
Idea napkin

BuOp • 20



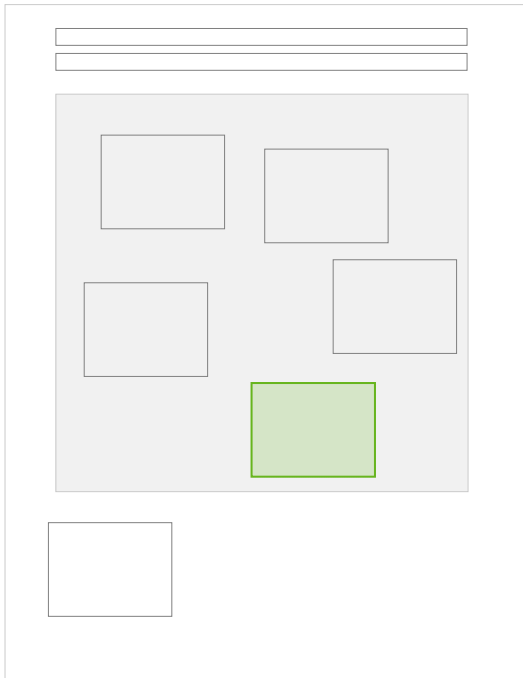
Paso 3.

Describir al cliente o consumidor al que se le está ofreciendo el producto. Se deben incluir al menos 5 características variadas (demográficas, sociodemográficas, motivaciones, etc.).



Paso 4.

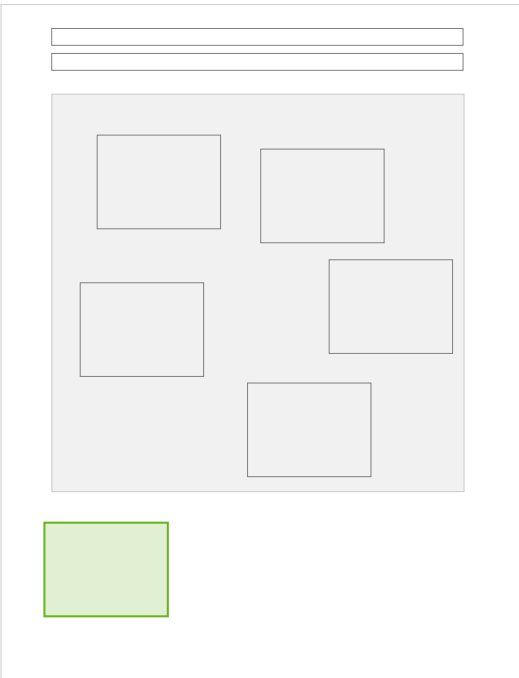
Describir la ventaja competitiva que tendrá el negocio ante la competencia y que genera valor significativo para el cliente, por ejemplo, la capacidad de personalizar el servicio o una cantidad de locales mayor a la que la competencia tiene.



Paso 5.

Redactar la propuesta de valor que se ofrecerá al cliente basada en la información que se recaudó en los pasos anteriores. Ésta deberá contener tres partes:

1. Explicación del producto o servicio principal.
2. Principales dolores (pains) que se le quitan al cliente.
3. Principales ganancias (gains) que el cliente recibe.



Paso 6.

Finalmente se deben identificar los competidores directos e indirectos existentes.



Diseño original:
Dr. Alex Bruton. (27 de octubre de 2022). The Innographer. <https://www.theinnographer.com/>

Adaptación:
ToolTec

NOMBRE DE LA IDEA:

NOMBRE DEL DISEÑADOR:

¿Quién eres tú?

Persona (P)

¿Que estás ofreciendo?

Ofrecimiento (O)

¿Cuál es tu ventaja competitiva?

Ventaja competitiva (DC)

¿A quién se lo estás ofreciendo?

Beneficiario/cliente (C)

¿Por qué les importa a las personas?

Propuesta de valor (VP)

Competencia directa e indirecta

Sustitutos y alternativas (SA)

© 2022 ToolTec.