



## Problema Lab 01

Introducción a los  
Modelos de Negocio  
Digitales

**edix**

# IDEA UN MODELO DE NEGOCIO DIGITAL QUE RESUELVA UN PROBLEMA DETECTADO EN EL MERCADO

En este ejercicio queremos que pongas en práctica la ideación de un modelo de negocio digital que resuelva un problema concreto y prometa generar ganancias.

A lo largo del lab, te hemos ido ofreciendo las herramientas básicas, tanto estratégicas como digitales, para que seas capaz de iniciar un negocio digital sin perjuicio de tu nivel de creatividad y poder de innovación. De hecho, la pedagogía aplicada pretende incentivar el criterio individual y promover las inquietudes emprendedoras de cada persona, aprovechando los impulsos y motivaciones personales de cada una.

## Objetivos de este ejercicio

A través de esta actividad, buscamos que afiances las bases para dar los primeros pasos en la creación de un negocio digital. Entre otras cosas, aprenderás a identificar un problema o desafío que sufre un determinado público y una o varias posibles soluciones por las que estén dispuestos a pagar; sabrás distinguir los tipos de comercialización y de negocio digital genéricos; y comprenderás el recorrido del cliente, la necesidad de establecer un mapa de interacciones y las herramientas tecnológicas para ejecutarlas.

## Descripción de la actividad

A la hora trabajar este ejercicio, te recomendamos que sigas los siguientes pasos:

### 1. Identifica un problema no resuelto en el mercado:

- Puede ser un problema con el que te topes personalmente todos los días u otro del que hayas oído hablar constantemente.

- Describe en un breve párrafo (no más de 10 líneas de un documento Word) el problema que has identificado.
  - Adjunta el soporte estadístico o encuesta. Puedes usar Google para encontrar un artículo que haga referencia a alguna estadística.
  - Menciona brevemente quién sufre dicho problema: consumidor final, empresa u organización, población regional, rangos etarios, géneros o audiencia pertinente...
2. Idea un modelo de negocio digital que resuelva el problema y prometa generar ganancias. Utiliza un párrafo de máximo 15 líneas en el documento Word para incluir la respuesta a los siguientes puntos de este segundo apartado:
- Justifica cómo tu negocio digital resuelve el problema del mercado identificado.
  - Define el tipo de comercialización: B2B, B2C o B2B2C.
  - Define el tipo de modelo de negocio digital en función de los cuatro genéricos estudiados durante el lab. Son aceptadas las superposiciones y combinaciones de modelos.
  - Explica el modelo de monetización de tu negocio digital: ten siempre en cuenta el valor agregado de tu producto o servicio y la razón por la que un potencial cliente pagaría por él.
3. Define el plan de comercialización:
- Define el recorrido del cliente a través del embudo digital de marketing y enuncia las interacciones de digitales de los potenciales clientes con tu marca, desde la etapa de *Awareness* a la de *Fidelización*. Por ejemplo:

- I. Awareness: recepción de una primera llamada (o email) o posicionamiento en los motores de búsqueda (ajustar el contenido de tu web a la búsqueda insertada en el buscador por tu público).
  - II. Consideración: *retargeting* (redireccionamiento en base a las búsquedas anteriores del consumidor final, la programática) con ofertas de tu producto o beneficios de tu servicio.
  - III. Conversión: ofertas de tu producto o aliciente directo para aumentar la probabilidad de convertir en compra un interés *onsite* (una vez esté dentro de tu web el visitante del sitio como, por ejemplo, una notificación *push*).
  - IV. Fidelización: descuentos o ventajas exclusivas para quienes se han suscrito a tu newsletter. Correo electrónico con el aliciente formulado.
  - V. Advocacy: recomendaciones de tu producto o servicio a amigos, familiares y red por parte de los clientes convertidos mediante el email o las redes sociales.
- Define objetivos por cada una de las etapas del embudo. Por ejemplo:
    - I. Awareness: 1.000 visitas a la web por mes en el primer año.
    - II. Consideración: 50 cargas de productos al carrito al mes en el primer año.
    - III. Conversión: 10 ventas al mes.
    - IV. Fidelización: 5% de recompras al mes.

V. Advocacy: 2 recomendaciones al mes de tu/s producto/s o servicio/s.

4. Elige el *stack* tecnológico indispensable para lanzar tu modelo de negocio digital al mercado:

- Enuncia las herramientas que usarás y justifica en una sola línea la razón de dicha elección. Por ejemplo:

I. CMS para crear la web o ecommerce.

II. ESP para el envío de newsletters y mención de ofertas.

III. Una tercera herramienta a elección, aparte del CMS y la newsletter.

Como consejo, puedes apoyarte en estas pautas que te damos a continuación:

- ¡Menos es más! Lo sencillo no es menospreciado. No hace falta que reinventes la rueda. El problema puede ser simple, y la solución a él y el modelo de negocio también sencillos, pero convincentes.
- Usa tu cabeza y criterio personal para darle sentido a tu eventual emprendimiento. No tengas miedo de volver al origen y hacerte las preguntas más básicas. Será válido mientras lo justifiques bien.

### Formato de entrega

Debes responder en un documento Word, punto por punto, a todos los requerimientos mencionados en el apartado anterior, respetando la extensión propuesta para cada pregunta. No te olvides de incluir el enlace del soporte estadístico solicitado en el primer paso.

## Criterios de valoración

En el ejercicio valoraremos tu poder de observación y de identificación de un problema en el mercado y las razones que te han llevado a la posible solución de este. También tendremos en cuenta los criterios usados para elegir el tipo de monetización, es decir, por qué un cliente se decantaría por pagar tu producto o servicio. Y, por último, otros aspectos importantes que apreciaremos son: la comprensión del embudo digital, el recorrido del cliente y las herramientas tecnológicas seleccionadas para iniciar tu modelo de negocio digital.

edix