



► PRESENTACIÓN OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

¿Qué es blu improves packets?

Es una solución ecológica y sostenible para el desatasco de tapones.

El mundo Startup se ha encallado en la "Religión Lean" y no sabe salir de allí. Elevator pitch, canvas, business case, cap table, y un largo etc. Son herramientas fantásticas y a todos nos gustan los post-its, pero cuando la propia metodología se convierte en una obsesión y un objetivo en sí mismo, tenemos un problema.

Desde **BLUeRS** queremos capacitar a las personas para que sean ellas mismas las desarrolladoras de su propia metodología y estrategia.

Blu improves packets es el conjunto de capacitaciones y recursos empresariales, que desde nuestro punto de vista, son los realmente determinantes en el proceso de formación y crecimiento de una Startup.

¿Hay realmente un problema?

Repetiremos una vez más los porcentajes y datos, que seguro, todos conocemos ya, pero que no dejan de ser llamativos.



El 95% no superan el primer año



El 80% de las que fracasan llegan a tener un producto



Tan solo el 20% de las que fracasan, tenían clientes

hay una pérdida de potencial y de valor en el mundo Startup inmensa



PRESENTACIÓN

► OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

¿Cuál es nuestro objetivo?

Nuestro objetivo es conseguir que los equipos sean totalmente independientes, viables y capaces de gestionar su proyecto sin desfallecer en el intento.

Hemos de recalcar que nosotros queremos hacer viables a los **equipos** no a las ideas, ya que entendemos, y se ha demostrado, que lo realmente necesario para que una Startup triunfe es la preparación y compromiso de su equipo, no su proyecto.

Al fin y al cabo, pivotar siempre se puede... es más, nosotros creemos que pivotar es lo que verdaderamente convierte a alguien en emprendedor.

CLIENTES
COMUNICACIÓN
LIDERAZGO
PROVOCACIÓN
CREATIVIDAD
SENTIDO DEL HUMOR
CLIENTES

¿Cómo son los equipos?

¡Buena pregunta Mike!

Una gran parte de las Startups solo saben hablar de su producto o servicio, literalmente. **LITERALMENTE.**

Evento de Networking: te encuentras cientos de personas hablando de productos y datos, un coro de elevator pitch en una esquina, las tarjetas vuelan por encima de las cabezas y miles de palabrejas en inglés bombardean tus oídos.

Lo sé, estaréis pensando, "pues lo que hay que hacer" sí... y no... más o menos en un evento de estos o en un *meeting up* se conocen entre 10 y 20 empresas, y nuestro cerebro es capaz de retener 2 o 3 nombres y asociarlos a lo que nos han contado... Estamos seguros de ser una de esas 2 o 3 empresas siempre... con el mismo elevator pitch que todos...

Es un ejemplo malo, pero muy real, si usamos las mismas herramientas artificiales que todos y no somos nosotros los que nos vendemos... no seremos nunca de ese exclusivo 5%



PRESENTACIÓN OBJETIVOS Y ► METODOLOGÍA



Reunión con el/la CEO: se nos presenta el proyecto, el sector y las necesidades.



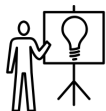
Realizamos un estudio del sector, de la empresa y diseñamos una sesión de toma de contacto con el equipo



Nos reunimos con el equipo y realizamos una dinámica de grupo para definir entre todos el/los aspectos a mejorar y la estrategia.



Redactamos un portafolio con las capacidades a entrenar, aterrizamos una estrategia y diseñamos las herramientas.



Presentamos la estrategia y se realiza una sesión de matización y corrección de errores. Se define un cronograma conjunto.



Se llevan a cabo las correcciones necesarias. Se consensuan con el equipo, y tra el *check* se comienza el **blu improve**.



Nadie conoce mejor tu empresa que tú

Nos parecen pretenciosas las compañías, asesorías o consultorías que venden soluciones estándar y cerradas para cualquier equipo.

Entendemos que aunque el problema sea “aumentar las ventas” las estrategias no pueden ser patrones móviles, porque una empresa de comercialización al por menor de marisco no es lo mismo que una Startup dedicada al Big Data; pero es que una Startup de Big Data no tiene nada que ver con otra Startup de Big Data.

¡ Los equipos son únicos ! y hay que tratarlos como tal, sin puntos de partida ni supuestos. Es por ello que nosotros desarrollamos cada estrategia desde cero y en conjunto con la empresa.

Ayudamos a crear la mejor solución que tú puedas crear.

¿En qué capacidades estamos especializados?

Aunque realmente creemos que ningún recurso empresarial se puede estimular de manera independiente ya que todos han de estar perfectamente integrados en la figura del emprendedor, sí que reconocemos necesario una serie de pautas o suelos, sobre los que ir desarrollando la estrategia de cada empresa.

CLIENTES
COMUNICACIÓN
LIDERAZGO
PROVOCACIÓN
CREATIVIDAD
SENTIDO DEL HUMOR
CLIENTES

Áreas de trabajo que bajo nuestro punto de vista son los **blue chips** que todo equipo promotor debería de trabajar a diario para conseguir cualquier objetivo empresarial.

VENTAS
GESTIÓN
ATRACTIVO
INNOVACIÓN

Epígrafes en los que hemos decidido aglutinar cada una de las áreas y desde los que se trabaja de manera específica y diferente cada una de ellas.

Modus operandi



"somos una empresa de servidores y necesitamos más clientes para no llegar al burnout en 4 meses"

BLUES se plantearía en este caso todo el proceso del **blu improves** desde punto de vista enfocado en las **ventas**; y desde aquí se diseñaría la manera de trabajar una a una las unidades claves en conjunto con el equipo emprendedor.

No se trata de enseñar unas herramientas para vender y otras herramientas para innovar

capacitación + adaptabilidad + práctica

De esta manera, es el equipo el que decide qué herramientas usar en cada caso teniendo un punto de vista más objetivo y confiado, ya que se ha capacitado al mismo para saber valorar y detectar las necesidades y requerimientos de su proyecto, clientes o proveedores.

CLIENTES
COMUNICACIÓN
LIDERAZGO
PROVOCACIÓN
CREATIVIDAD
SENTIDO DEL HUMOR
CLIENTES

¿Por qué pone clientes dos veces?

No, no es un error. Es un lo único que la empresa no puede modificar de su estrategia.

Se empieza pensando en los clientes y se acaba pensando en los clientes, siempre.