



BIENVENIDOS AL ÁREA EPT - SEMANA 31 (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)

Validamos el bloque Segmento de Clientes



Publicado por:





Secundaria

3.º, 4.º y 5.º grado: Educación para el Trabajo

SEMANA 27

Validamos las hipótesis del lienzo de modelo de negocios Lean Canvas: bloque Segmento de clientes

DÍAS 4 Y 5

Actividad: Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque Segmento de clientes (día 4)

Actividad: Validamos las hipótesis del bloque Segmento de clientes (día 5)

RECURSOS Y/O MATERIALES A USAR (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



PRIMERO, ¿QUÉ NECESITAMOS?

- Tu portafolio
- Cuaderno u hojas de papel, si son de reúso, mejor!
- Un lápiz
- Un lapicero con tinta azul o negra
- Muchas ganas de hacer las actividades
- Involucrar a tu familia

¿QUE HAREMOS?

Verás si tus hipótesis o supuestos, que formulaste para el bloque Segmento de clientes, son ciertas, como suponías. Para esto, aplicarás técnicas y estrategias.

En la primera actividad, comprenderás el proceso de validación de las hipótesis del bloque Segmento de clientes. En la segunda actividad, tu reto será validar las hipótesis del bloque Segmento de clientes.

Tienes **40** minutos para trabajar cada actividad.





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

Iniciamos informandonos



Actividad

Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis
del bloque Segmento de clientes (día 4)

iNos Informamos!

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

Vas a trabajar el bloque Segmento de clientes, pero, ¿qué es un segmento de clientes? Vamos a mencionar una situación de la vida cotidiana, para comprender mejor:

En los quioscos de venta de periódicos, ¿quiénes son los clientes del quiosco? Seguro que son personas que saben leer y que tienen dinero para gastar en los diarios, invierten su tiempo para leer, les gusta sentirse que están informados y generalmente, son mayores de 18 años (normalmente, los niños no compran periódicos para leer). Entonces, nos damos cuenta que el quiosco de periódico tiene un público específico de personas. Es decir, no “todo el mundo” compra periódicos. El grupo de personas que compran periódicos es un “segmento de clientes”.

En el lienzo Lean Canvas, el bloque de Segmento de clientes está constituido por el segmento de clientes objetivo, que es a quiénes deseas llegar, y por el grupo pequeño, de los “early adopters”, te ayuda a validar las hipótesis, te brindan su experiencia y son tus primeros compradores. El objetivo de tener este tipo de clientes, al inicio, es aprender junto con ellos para mejorar la solución del servicio y/o producto.

Publicado por:





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

¿Para qué te sirve segmentar clientes?

Segmentar es dividir y diferenciar adecuadamente a tus clientes, esto te permitirá:

- Conocer y entender mejor al cliente.
- Dirigirte a un público de similar comportamiento y consumo.
- Construir un producto o servicio a la medida de un grupo de clientes.
- Optimizar recursos (atendiendo a quienes realmente lo requieren).

Hipótesis de segmento de clientes

Como el segmento de clientes que has identificado, se basa en lo que crees o supones, lo denominaremos hipótesis de segmento de clientes.

Actividades que debes de realizar durante el proceso de validación del segmento de clientes:

1. **Investigar.** Puedes hacer una estimación sencilla y realista del tamaño del segmento de clientes objetivo, a dónde quieras llegar, si realmente hay suficientes clientes que justifiquen implementar tu proyecto.
2. **Observar.** Mirar cómo se comporta el cliente, sin que él lo sepa, para que podamos observar cómo realmente actúa.
3. **Entrevistar.** Conversar de manera informal, de acuerdo a la técnica de la entrevista, basada en las preguntas: ¿Por qué? Cuéntame...
4. **Experimentar.** Vender nuestro producto u ofrecer nuestro servicio ayudará para confirmar si hay gente dispuesta a pagar por nuestra oferta.



i bien ... ahora
sigamos leyendo
el texto ... !





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

¿Qué resultado podríamos obtener de la validación?

Para la mejor comprensión, te mostramos un ejemplo de hipótesis del segmento de clientes:

El cliente objetivo, son padres con niños pequeños que comparten las fotografías y videos de sus hijas y/o hijos, con abuelos y familiares, tienen ingresos de clase media.

Los resultados pueden ser los siguientes:

- **Nuestra hipótesis era correcta.** Confirmamos que el cliente que supusimos es el correcto. Ejemplo, se confirma que, el segmento objetivo está conformado por, padres con niños pequeños que comparten las fotografías y videos de sus hijas y/o hijos, con abuelos y familiares, tienen ingresos de clase media.
- **Nuestra hipótesis era medianamente correcta.** El sector de personas se confirma, pero se reduce, o también se puede ampliar.

Ejemplo, se confirma que el segmento objetivo está conformado por padres con niños pequeños que comparten las fotografías y videos de sus hijas y/o hijos, con abuelos y familiares; sin embargo, en la validación resulta que no son los padres de ingresos de clase media, sino solo de clase media alta.

- **Hipótesis incorrecta.** Sales con el grupo negado (encuentras otro diferente al de la hipótesis), o no hay personas interesadas en tu producto.



**i bien ... sigamos
validando nuestra
hipótesis ... !**





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

Luego de la lectura que has realizado, escribe o graba en un audio la respuesta al siguiente reto:

- Elabora una descripción de los resultados que se pueda obtener en la validación del segmento de clientes de tu proyecto de emprendimiento.

1



**i bien ... sigamos
trabajando
la actividad ... !**





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Actividad

Validamos las hipótesis del bloque Segmento de clientes (día 5)

iCreamos!

Pasamos a validar la hipótesis del bloque Segmento de clientes.

Para comprender este proceso de validación de hipótesis del segmento de clientes usaremos el siguiente ejemplo:

Mi Propuesta Única de Valor (PUV) es: “La manera más rápida de compartir tus fotos y videos”.

El producto ejemplo consiste en un aplicativo que puede enviar videos pesados con solo un *click* y verlos, sin necesidad de cargas o descargas.

Hipótesis de mis clientes

En el segmento de clientes tenemos:

- Los “*early adopters*” que son padres con hijas y/o hijos pequeños, cercanos y dispuestos a contribuir con la mejora de la solución.
- El cliente objetivo, que son padres con niñas y/o niños pequeños que comparten las fotografías y videos de sus hijas y/o hijos, con abuelos y familiares, y tienen ingresos económicos de clase media. He estimado en mi hipótesis lo siguiente: cada año nacen alrededor de 400 000 niñas y niños en el Perú, de los cuales, solo la octava parte de sus padres tienen posibilidades económicas de tomar fotos y grabar videos, y la necesidad de enviar este material a los abuelos y familiares, estaríamos estimando que a lo mucho el segmento objetivo de clientes sería 50 000 padres.



bien ... sigamos
validando nuestra
hipótesis ... !





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Dijimos que, para validar nuestras hipótesis de segmento de clientes, debemos investigar, observar, entrevistar y experimentar. Cada una de estas fases tiene en su desarrollo sus propias técnicas.

¡Comenzamos!

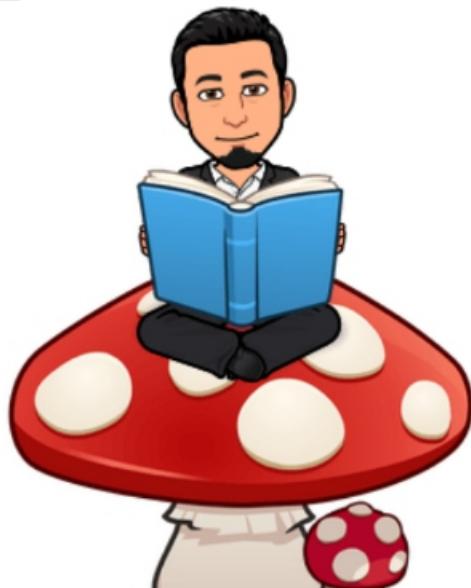
1. Investigar

Para que tu proyecto sea sostenible en el tiempo, deberías tener un gran grupo de clientes. Si bien hiciste una estimación, para lograr tener datos más precisos y confiables, puedes recurrir a fuentes fiables como el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), RENIEC, municipios, entre otros.

2. Observar

La observación recomendada es la “Observación encubierta”, para lo cual te recomendamos tener en cuenta los siguientes consejos:

- Define qué quieres saber y por qué es importante hacerlo para el desarrollo de tu producto y/o servicio. Para nuestro caso, saber si los posibles clientes toman fotos y videos de sus niños pequeños y las envían a sus familiares.



**i
bien ... sigamos
validando nuestra
hipótesis ... !**





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)



i sigamos con la lectura ...!!

- Determina en qué contexto vas a llevar a cabo la observación encubierta para este caso, podría ser en un *baby shower*, el cumpleaños de los niños, etc.
- Determina el perfil de las personas, para este caso sería, padres de familia que tengan hijas y/o hijos hasta 6 años de edad y cuenten con ingresos de clase media.
- Prepara el material que necesitarás para documentar el proceso, puede ser un cuaderno.
- Asegúrate de que podrás llevar a cabo la investigación sin influir en las personas observadas.
- Documenta toda la información y sé respetuoso con ella. Céntrate en plasmar de la forma más objetiva posible todo lo que observas. Y no dejes que tus prejuicios o tu deseo rápido por alcanzar conclusiones no te permitan aprender de todo lo que estás viendo.

En la observación, en el ejemplo que estamos trabajando, vimos los siguientes comportamientos:

- Vimos que los padres no solo envían fotografías y videos de sus hijas y/o hijos recién nacidos, sino que lo siguen haciendo hasta los cinco o seis años de las niñas y los niños.
- Que las preferencias de envíos son por los videos y no tanto por las fotografías.
- Que las mamás son las que más les gusta que les tomen fotos a sus hijas y/o hijos.
- Que es el padre el que toma las fotos, no tanto la madre.
- Que los interesados en este aplicativo son personas de clase media alta.





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

3. Entrevistar

Entrevista

Te brindamos algunas sugerencias de preguntas para entrevistas, pueden ser distintas, pero no deben ser preguntas directas, sino pedir relatos, comenzar diciendo cuéntame, y cuando quieras profundizar emplear la pregunta: ¿por qué?

Revisa las siguientes recomendaciones de lo que no y sí es sugerido preguntar:

- Preguntas **que no ayudan a la validación** y exploración:
 - ¿A usted le gusta grabar videos de sus hijas y/o hijos menores?
 - ¿Usted envía los videos de sus hijas y/o hijos menores a sus familiares?
 - ¿Qué problemas tiene con el envío de videos?
 - ¿Tendrá dinero para comprar un aplicativo que vale “tanto”?
- Preguntas sugeridas para validar (permiten explorar y conocer más a nuestro segmento):
 - Cuénteme, ¿las abuelas y los abuelos están contentos con las fotografías y videos que les ha enviado de su bebé recién nacido?
 - ¿Me imagino que las tíos y los tíos también quieren fotos y videos de las pequeñas y/o los pequeños?
 - ¡Qué bien que te das tiempo para grabar y enviar los videos! ...con tantas cosas que hay que hacer...



bien ... sigamos
validando nuestra
hipótesis ... !





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Realiza una prueba de entrevista

Siempre tienes que practicar antes de realizar la entrevista, practicar te dará seguridad, en ese sentido, sigue las siguientes recomendaciones:

- Con ayuda de tus familiares o amigos puedes practicar cómo “suenan” tus preguntas (esto a modo de práctica porque ellos no son tus clientes, necesariamente).
- Realizar las entrevistas a tus conocidos, te permitirá perfeccionar tu técnica y mejorar la forma en que realizas las preguntas.

Recuerda que lo más importante es generar una conexión con el entrevistado, de modo que pueda evocar (recordar) emociones reales y profundas de experiencias que tuvo o tiene, en este caso, con la toma de fotografías o la grabación de videos y el enviar y compartir esos recuerdos con sus familiares.

Antes de empezar las entrevistas con tu segmento de cliente, debes definir:

- Cuántas entrevistas harás. En nuestro caso haremos 2 por semana.
- A dónde debes ir. Identifica los lugares más adecuados para las entrevistas, por ejemplo, en los hogares de los padres de familia.
- Qué tiempo. Máximo media hora.

Total, de las entrevistas realizadas:

- Papás de 25 a 40 años con hijas y/o hijos hasta los seis años: 50 entrevistados.
- Mujeres de 20 a 35 años con hijas y/o hijos hasta los seis años: 40 entrevistados.



**i bien ... sigamos
conociendo mas
sobre encuestas ... !**





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Respuestas y aprendizajes

- Los papás son los más interesados en compartir los videos de sus hijas y/o hijos, sin embargo, por sus trabajos se convierte en un problema el no tener tiempo para hacerlo.
- Las mamás son más amantes de que se les tome fotografías y graben videos a sus hijas y/o hijos.
- Las mamás, esperan que sus esposos envíen los videos de sus hijas y/o hijos a sus familiares, porque ven complicado el envío a través de los programas existentes.
- Los videos que más se comparten son los que se graban en eventos sociales de las niñas y los niños.

4. Experimentar

Vender las primeras aplicaciones, darse cuenta de la aceptación o rechazo, mejorar la carga de la aplicación al celular de acuerdo a las sugerencias de tus clientes tipo “*early adopters*”. Vamos validando; poco a poco e inicialmente, iremos vendiendo a aquellas personas de confianza que nos pueden dar consejos sobre la funcionalidad y practicidad de nuestro aplicativo. Sera más adelante, cuando ya tengamos bien definido nuestro producto, que se comenzará a vender nuestro producto en mayor escala.



i **buen trabajo**
ya casi terminamos
sigue así ...!





Secundaria



ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

¿Cuál fue el resultado de nuestra validación?

- ¡Los papás son los que tienen el problema de envío de los videos de sus hijas y/o hijos a sus familiares! Pero son de ingresos económicos de clase media alta.
 - Perfil de cliente de la hipótesis medianamente correcto.
- Existe un segmento de clientes que se puede expandir, entre las personas de ingresos de clase media alta.

Luego de la lectura que has realizado. Ahora te toca a ti, escribe o graba en un audio la respuesta al siguiente reto:

- Elabora las preguntas de la entrevista, según tu proyecto de emprendimiento.

2





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

- Aplica una prueba de la entrevista a tus familiares más cercanos (por cuestión de la pandemia no aplicamos al segmento objetivo).

3

- Redacta el segmento objetivo de clientes validado.

4





Secundaria

APRENDO
en casa

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

¡Reflexiona!

¿Crees que lo aprendido hoy, te será útil para la implementación de tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

5

Publicado por:





Secundaria



ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

¡Recuerda las ideas clave que aprendiste en esta guía!

- Existen objetivos de la validación de la hipótesis del bloque de Segmento de clientes, definidos.
- Validar las hipótesis del segmento de clientes implica: investigar, observar, entrevistar y experimentar.

¡Recuerda!

Siempre sé creativa/o y organiza lo elaborado utilizando el material que tengas a tu alcance. Ten presente tu compromiso y ten en cuenta lo que te has propuesto para que puedas monitorear si lo vas logrando. ¡No te olvides de guardar tu producción en el portafolio!

