



HERRAMIENTA 8. TU MODELO DE NEGOCIO

Escribe aquí el resultado de actividades anteriores.

Tu DEFINICIÓN DE NEGOCIO EN MÁXIMO 8 PALABRAS:

Tu VISIÓN:

Tu MISIÓN:

Tu DEFINICIÓN DE ÉXITO:

EMOCIONALIDAD NEGATIVA:

EMOCIONALIDAD POSITIVA:

LAS EMOCIONES QUE HE ELEGIDO DESPLEGAR HAN SIDO:

¿QUÉ CINCO ACCIONES REALIZO CADA DÍA PARA POTENCIARLAS?:

¡Felicidades por estar aquí! Con todas estas actividades has dado un buen paso para ir entrando en la Dinámica del Éxito. Recuerda también conectar con tu sentido de vida, poner en marcha siempre tu foco proactivo e ir ampliando tu círculo de influencia (tu liderazgo, tu iniciativa, tu responsabilidad).

A continuación, imprime tu hoja de modelo de Negocio y responde a las siguientes cuestiones para ir definiéndolo. Si hay alguna respuesta que no puedes concretarla, no te preocupes, se trata de ir avanzando. Y si eres profesional por cuenta ajena, trata de contestar a las preguntas tomando el modelo de la empresa donde estás trabajando. Se trata de que tomes consciencia y adquieras una visión estratégica que te será muy importante para alcanzar resultados extraordinarios. ¡Actúa y confía!

▪ CLIENTES – MERCADO – SEGMENTOS

¿A QUIÉNES AYUDAS?

¿Para quién creas valor?

¿Cuáles son tus clientes más importantes?

Recuerda que los clientes son aquellos que pagan por recibir un beneficio o que reciben un beneficio gratuitamente y están subvencionados por los clientes de pago.

*Si eres profesional por cuenta ajena, ten en cuenta que entre tus clientes se cuentan las personas de tu organización que dependen de tu ayuda para cubrir necesidades (así que jefes, supervisores. son tus clientes importantes).

▪ PROPUESTA DE VALOR

¿QUÉ VALOR PROPORCIONAS A TUS CLIENTES? ¿Y EN QUÉ ERES DIFERENTE?

(Ejemplos: ¿novedad? ¿mejora del rendimiento? ¿personalización?
¿diseño? ¿el trabajo hecho? ¿marca /estatus? ¿precio? ¿reducción de costes?
¿reducción de riesgos? ¿accesibilidad? ¿comodidad /utilidad?)

¿Qué problema de tus clientes ayudas a solucionar?

¿Qué necesidades de tus clientes satisfaces?

¿Qué paquetes de productos o servicios ofreces a cada segmento de mercado?

*Si eres profesional por cuenta ajena, pregúntate ¿Para qué trabajo te contrata el cliente?
¿Qué beneficios aporta tu trabajo al cliente?

▪ CANALES

¿CÓMO TE CONOCEN Y QUÉ MEDIOS UTILIZAS?

(Ej: Email, llamadas comerciales, publicidad, web, blog, conferencias ...)

¿Qué canales prefieren tus segmentos de mercado?

¿Cómo estableces contacto con los clientes?

¿Cómo das a conocer los productos y servicios de tu empresa?

¿Cómo ayudas a tus clientes a evaluar tu propuesta de valor?

¿Cómo pueden comprar tus clientes tus productos y servicios?

¿Cómo entregas a tus clientes tu propuesta de valor?

¿Qué servicio de atención postventa ofreces?

▪ RELACIÓN CON EL CLIENTE

¿QUÉ TIPO DE RELACIÓN ESPERAN LOS DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO?

(Ej. Asistencia personal, autoservicio, comunidades, asistencia personal exclusiva, correo electrónico, comunicación escrita, transacciones puntuales, servicios continuados, ...)

¿Qué tipo de relaciones has establecido?

¿Captación, fidelización, estimulación de ventas?

▪ FUENTES DE INGRESOS

¿POR QUÉ VALOR ESTÁN DISPUESTOS A PAGAR TUS CLIENTES?

(Ej: Venta de propiedad, cuota por uso, cuota de suscripción, alquiler, leasing, licencia, publicidad, comisiones...)

¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente? ¿Cómo les gustaría pagar?

¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?

*Si eres profesional por cuenta ajena (salario, acciones, seguros, becas, plan de jubilación, satisfacción, reconocimiento...

▪ RECURSOS CLAVE

¿QUÉ RECURSOS CLAVE REQUIEREN TUS PROPUESTAS DE VALOR, CANALES DE DISTRIBUCIÓN, RELACIONES CON CLIENTES Y FUENTES DE INGRESOS?

(Ej: Instalaciones, vehículos, máquinas, almacén, marcas, patentes, bases de datos, personas, económicos, líneas de crédito...)

TÚ COMO RECURSO HUMANO: ¿Quién eres? (tus intereses, competencias, habilidades, personalidad). ¿Qué tienes? (conocimientos, experiencia, red de contactos, vehículo, ropa especial...)

▪ ACTIVIDADES CLAVE

¿QUÉ ACTIVIDADES CLAVE REQUIEREN TUS PROPUESTAS DE VALOR, CANALES, RELACIONES Y FUENTES DE INGRESOS?

(Ej: Diseño, fabricación, entrega, consultoría, resolución de problemas, gestión de la información, formación, plataforma...)

No anotes todas las tareas que llevas a cabo, sino solo las que son realmente importantes, las que distinguen tu trabajo de otros.

▪ ASOCIACIONES CLAVE

¿QUIÉNES SON TUS SOCIOS CLAVE? ¿QUIÉN TE AYUDA?

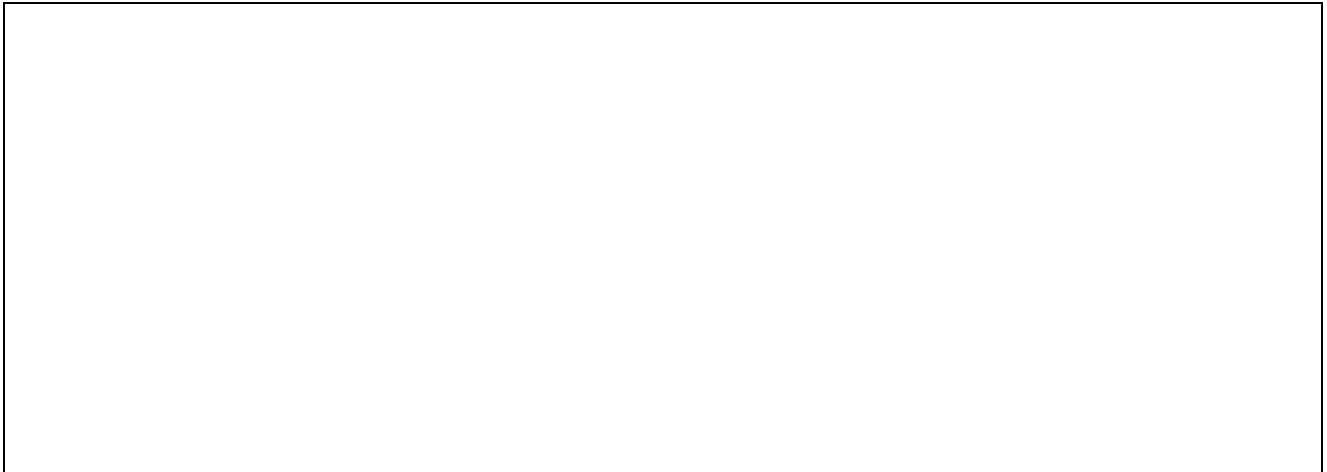
(Ej: Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras – Asociaciones estratégicas entre empresas competidoras – Empresas unidas para crear nuevos negocios – Relaciones cliente – proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros)

¿Quiénes son tus proveedores clave?

¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios?

¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios?

¿Qué actividades clave realizan los socios?



*Si eres profesional por cuenta ajena, pregúntate ¿Quién te ayuda?

Tus asociaciones clave son las que te sostienen como profesional y te ayudan a hacer tu trabajo con éxito. Pueden ser compañeros, mentores, redes profesionales, consejeros...

▪ ESTRUCTURA DE COSTES

¿CUÁLES SON LOS COSTES INHERENTES A TU MODELO DE NEGOCIO?

(Costes fijos, variables, costes que disminuyen a medida que crece la producción o se amplía el ámbito de actuación, upsells...)

¿Cuáles son los recursos clave más caros?

¿Cuáles son las actividades clave más caras?

*Si eres profesional por cuenta ajena, calcula los costes en relación a la inversión necesaria para trabajar (tiempo, energía, dinero).

Gastos de formación, desplazamientos, viajes, ocio, vehículo, ropa, internet, teléfono, suministros.... Y estrés, insatisfacción...

INFORMACIÓN IMPORTANTE: Esta hoja de trabajo no sustituye a un plan de Negocio ni a un plan de Gestión de Marca Personal, pero sí es una guía práctica muy útil para:

- Comenzar a diseñar Tu Modelo de Negocio para un Proyecto Emprendedor.
- Generar un Nuevo Modelo de Negocio para mejorar o transformar uno existente y dar con una innovación.
- Desarrollar una visión estratégica de cualquier empresa que permita comprenderla mejor.
- Construir una Marca Personal.
- Mejorar la empleabilidad dentro de una Empresa.
- Aprender a Empezar un Negocio o una Empresa.