

Máster

COMIENZA TU
NEGOCIO DE
REPOSTERIA



Diseña y valida tu modelo de negocio

NATALIA BOCCASSI

dulces ilusiones

REPOSTERÍA DE DISEÑO

Diseña y valida tu modelo de negocio



Si tienes una idea de negocio y quieres hacerla realidad, necesitas plasmarla y diseñar un modelo de negocios que te permita comprobar si esa idea puede convertirse en una realidad. Y una de las herramientas para ello es el modelo Canvas.





Modelo Canvas



El formato Canvas se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para conseguir ingresos.

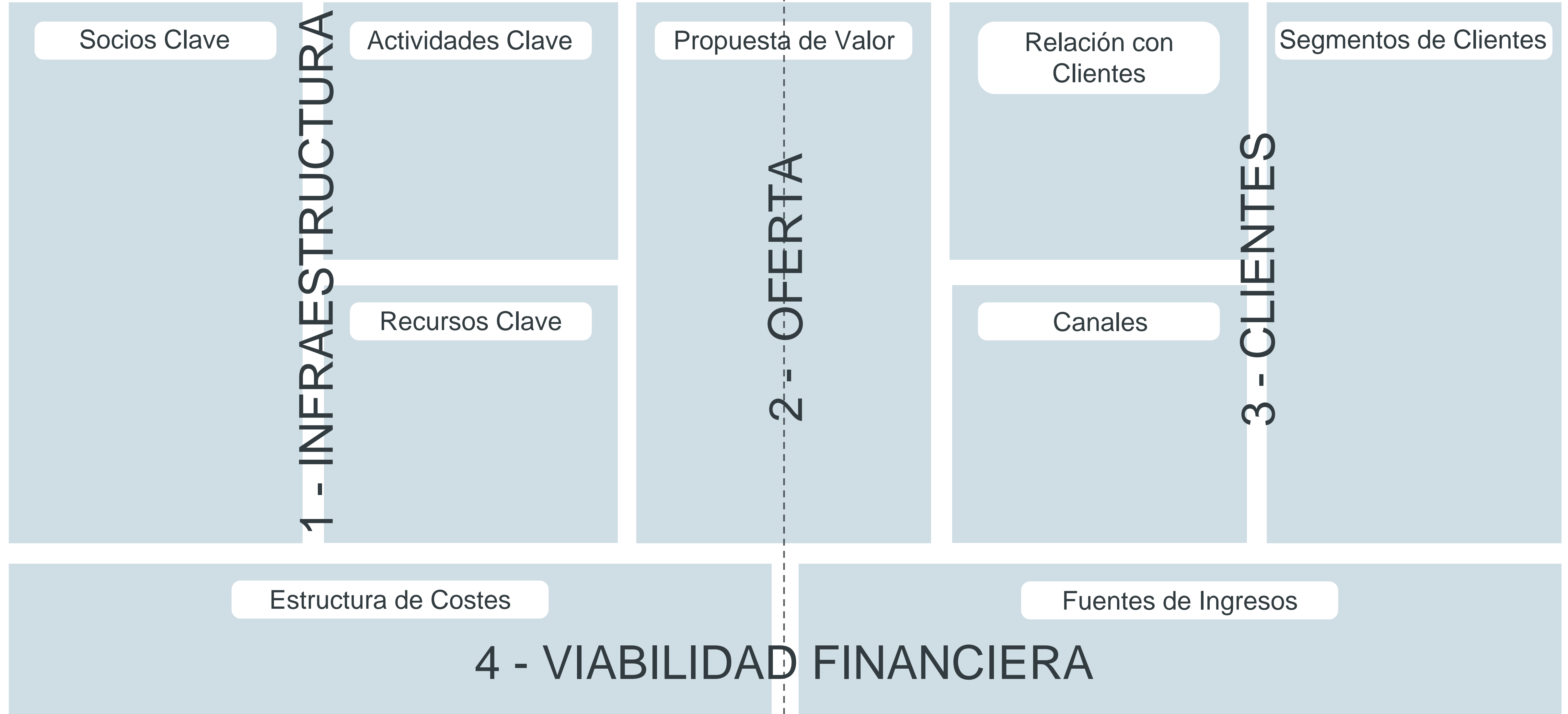
De eso mismo trata el sistema Canvas, de ver cuáles son las áreas más importantes y que una empresa debe de tener en cuenta para conseguirlos.

Vamos a ver paso por paso los nueve módulos que forman parte del método Canvas, pero te adelanto que podríamos resumirlo en cuatro áreas diferentes.

MODELO CANVAS

Lado lógico - analítico

Lado emocional - intuitivo



Back Office

Front Office

1 - Segmento de clientes



El objetivo es agrupar a los clientes con características homogéneas en segmentos definidos y describir sus necesidades, averiguar información geográfica y demográfica, gustos, etc.

Después, uno se puede ocupar de ubicar a los clientes actuales en los diferentes segmentos para finalmente tener alguna estadística y crecimiento potencial de cada grupo.



2 - Propuesta de valor



El EJE CENTRAL de tu modelo de negocio.

Hay dos grandes formas de competir en el mercado, aportando valor o bajando los precios.

En nuestro caso: un producto exclusivo, artesanal, único y a medida es básicamente inviable competir por precio (o más bien suicida).

Entonces: ¿Por qué debería un cliente usar tu servicio o comprar tu producto en lugar de lo que ofrece la competencia? ¿Qué ofreces tú que nadie más ofrece y por qué lo que ofreces es mejor? ¿Cómo puedes hacer que la vida de tu cliente sea mejor?

Si puedes responder a esta pregunta de una forma simple y concisa, tendrás una buena propuesta de valor.

Esencialmente, debes centrarte en aquello que hace que tu oferta sea única.





3- Canales



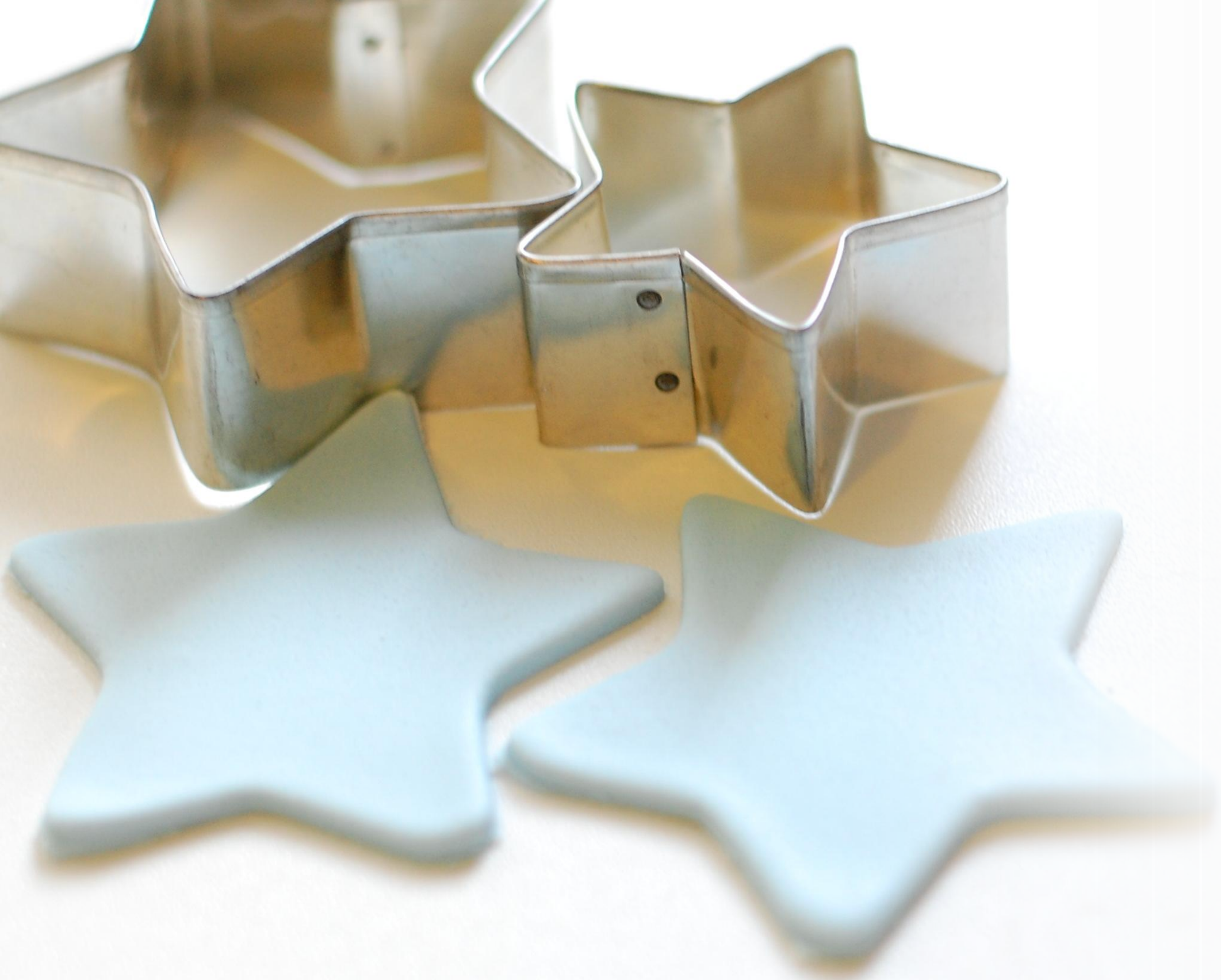
Se resuelve la manera en que se establece contacto con los clientes. Se consideran variables como la información, evaluación, compra, entrega y postventa. Para cada producto o servicio que identificado en el paso anterior hay que definir el canal de su distribución adecuado, añadiendo como información el ratio de éxito del canal y la eficiencia de su costo.

4 - Relación con Clientes



Aquí se identifican cuáles recursos de tiempo y monetarios que se utiliza para mantenerse en contacto con los clientes. Por lo general, si un producto o servicio tiene un costo alto, entonces los clientes esperan tener una relación más cercana con nuestra empresa.





5 - Fuentes de Ingresos



No solamente tienes que pensar a qué precio te vendrá bien a ti vender tu producto, sino que lo importante es saber qué están dispuestos a pagar tus clientes por tu producto



6 - Recursos Clave



Después de haber trabajado con los clientes, hay que centrarse en la empresa. Para ello, hay que utilizar los datos obtenidos anteriormente, seleccionar la propuesta de valor más importante y la relacionarse con el segmento de clientes, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, y los flujos de ingreso.

Así, saber cuáles son los recursos clave que intervienen para que la empresa tenga la capacidad de entregar su oferta o propuesta de valor.

7 - Actividades Clave



En esta etapa es fundamental saber qué es lo más importante a realizar para que el modelo de negocios funcione. Utilizando la propuesta de valor más importante, los canales de distribución y las relaciones con los clientes, se definen las actividades necesarias para entregar la oferta.

En definitiva, la reflexión sobre las **actividades clave** para el desarrollo de un modelo de negocio deberá dar respuesta a estas cuatro preguntas:

¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

¿Cuáles requieren nuestros canales de distribución?

¿Cuáles nuestra relación con los clientes?

¿Cuáles los flujos de ingresos?

8 - Socios Clave



Se componen frecuentemente por personas, empresas, organizaciones e instituciones.

Describe la red de proveedores y socios que permiten que el modelo de negocio funcione.

Las alianzas responden a la necesidad que tienen las empresas de optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos y capacidades.

Es fundamental realizar alianzas estratégicas entre empresas, colaboradores, proveedores, socios etc... con quienes se trabaja para que la empresa funcione. ¿Qué tan importantes son? ¿se pueden reemplazar? ¿pueden convertirse en competidores?



9-Estructura de costes



Tienes que decidir cómo quieres enfocar tus costes entre dos tipos diferentes: bajando el coste del producto y automatizando la producción, o bien teniendo en cuenta la creación de valor para el consumidor.



COMPLETA TU MODELO CANVAS

Socios Clave

Actividades Clave

Propuesta de Valor

Relación con
Clientes

Segmentos de Clientes

Recursos Clave

Canales

Estructura de Costes

Fuentes de Ingresos