

Usuario

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Quiénes son los usuarios target de tu concepto de negocio?

Especifica de 3 a 5 grupos distintos de usuarios para tu concepto de negocio y haz una descripción detallada de una persona de cada uno de los grupos. Pon ejemplos.

Crea los perfiles de forma que representen una imagen clara de los usuarios concretos, de forma que se sepa exactamente cuáles son sus necesidades.

El número de perfiles que necesitarás depende de tu concepto de negocio y de tus grupos target. Il numero di profili di cui avrai bisogno dipende dal tuo concetto di business e dai tuoi gruppi target.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Votación por puntos

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Sobre qué idea, qué principios y qué valores se fundamenta tu concepto?

Una buena idea de partida debe ser clara, crear **oportunidad y tener significado** para el grupo target.

Además, deberá ser de **fácil comprensión** para todos aquellos que están implicados en el desarrollo, en la producción y en la comunicación del concepto de negocio.

También es importante que la idea pueda crear oportunidad. Debería estimular el pensamiento creativo más que ser exacta y muy delimitada.

La idea podría ser expresada con base en los siguientes elementos:

Queremos dar.....

a.....

Mediante.....



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Función

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Qué funciones o aplicaciones ofrece tu concepto de negocio?

En la descripción de las funciones es posible distinguir:

Funciones centrales: o bien funciones necesarias, que deben ser creadas para vender el concepto y dar vida a la idea básica. Ejemplo: el corte de pelo para un peluquero.

Funciones adicionales: o sea funciones y aplicaciones que dan valor ulterior a los usuarios. Por ejemplo: lavado de pelo y consejos sobre el cuidado del cabello por parte del peluquero.

Funciones periféricas: o sea funciones y aplicaciones que pueden ser consideradas “bonitas de tener a disposición” más que “útiles de tener tener”. Dan algo adicional o extra a los usuarios y crean confianza, pero no son útiles. Ejemplo: buen café, revistas interesantes y decoración exclusiva de la peluquería.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Proceso

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Qué procesos y qué actividades están incluidas en el concepto de negocio?

Describir en el **concepto de negocio** tanto cada una de las actividades y procesos **internos** cuanto aquéllos orientados al cliente. No sólo el producto y servicio.

Algunas herramientas para describir los procesos y las actividades podrían ser:

Storyboard (Guión gráfico). Ilustra la idea secuencia a secuencia utilizando viñetas o dibujos

Gráficos. Ilustra el flujo y los recursos necesarios en el gráfico

Cuadro de la Oportunidad. Utiliza el esquema del Método de las Hojas para escribir los procesos y las actividades en fases diferentes

Información

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Qué identidad e información contiene el concepto?

Crear identidad y emociones

Cuando los usuarios se acercan al producto o servicio, la comunicación visual deberían corresponderse con los clientes que quiere alcanzar. ¿Qué emociones quieres suscitar?

Trabaja de forma sistemática sobre los detalles.

Ilustra y diseña cada actividad

Divide el escenario de los usuarios en un cierto número de actividades principales. Normalmente la actividad principal y las precedentes y sucesivas.

Cuando la situación principal haya sido identificada, deberías describir:

Quién estará implicado en las diversas situaciones

Cuál es el objetivo para cada una de esas situaciones/experiencias

Cuáles son las expectativas, las motivaciones y las contribuciones de las personas implicadas en la experiencia

Cuáles son los medios que utilizarás para crear una experiencia para los usuarios implicados con el fin de alcanzar tus objetivos



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Modelo de Negocio

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Cómo piensas crear beneficio?

Tras haber desarrollado tu Modelo de Negocio debes considerar:

- Precio y forma de pago
- Elección de los partner – En hojas distintas

Precio y pago

El beneficio se puede generar de muchas formas:

“Compra y paga”

Los clientes pagan directamente por el producto o servicio – los precios reflejan el valor para el cliente o el coste para el productor

“Paga por el uso e el consumo”

Coge algo a bajo precio o gratis y haz que alguien pague por usarlo. Ejemplo: las impresoras se venden baratas y el dinero se gana con los cartuchos de recambio de tóner.

“Pagan otros”

Gratis para los usuarios porque otros pagan por ellos. Ejemplo: servicios web pagados por quienes hacen las inserciones publicitarias

“Agita y gira” (expresión danesa)

Atrae clientes con ofertas que generan bajos beneficios para ti, pero que una vez captados tienes la posibilidad de venderles otros productos o servicios con altos márgenes. Ejemplo: vender pizza con la oferta “Todo lo que puedas comer” y ganarle a las bebidas.

“El primero es gratis”

Después de un primer periodo promocional gratis, se pide un pago para poder continuar usando el servicio. Esta herramienta es preferible cuando las personas pueden convertirse en “dependientes” “dipendenti” del producto/servicio. Muy habitual cuando se vende software.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Partner

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Quién hace qué?

LA totalidad del concepto de negocio no tiene por qué ser realizado por una sola empresa. Podría ser más útil buscar socios para las actividades que no son la principal de nuestra empresa.

¿Qué tareas y funciones deberían ser realizadas por tu empresa?

¿Cuáles son las competencias clave? Se trata de las actividades que deberían ser realizadas internamente.

¿Qué tareas y funciones deberían ser realizadas por partners?

¿Dónde están nuestros puntos débiles? ¿Qué puede ser externalizado hacia otros proveedores o partner, de modo que no suponga coste fijo para ti?

Controla tu trabajo como un **Proceso** y considera cuáles son los procesos que podrían ser ejecutados por ti y cuáles por terceras partes.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Tecnología y Propiedad Intelectual

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

¿Cuáles son tus conocimientos específicos o tus Derechos de Propiedad Intelectual?

¿Tu idea o concepto de negocio están de alguna forma protegidos de la competencia?

Algunos ejemplos para obtener protección:

- **Patente**
- **Diseño**
- **Marca Registrada**
- **Copyright**
- **Otros derechos de propiedad intelectual o industrial**
- **Autorización**
- **Conocimiento exclusivo**



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Votar por puntos

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Competencia directa

Ofertas alternativas que son comparables con la que tú ofreces

Sustitutivos

Ofertas alternativas que pueden satisfacer las mismas necesidades pero de una forma diferente.

Competencia indirecta

Otros agentes externos que pueden reducir el interés hacia tu producto o servicio y reducir tus ventas.

“Dices que no tienes competencia. No te creo.
Cuál es la mejor alternativa para el cliente?”



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Creación de Prototipo y Visualización

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Física

Prototipos físicos, similares al producto real, suelen ser la mejor forma de comunicación. Pero pueden ir bien modelos u otras presentaciones visualizables.

Analítica

Modelos matemáticos, 3D CAD, etc.

Focalizada

Ilustrar elementos específicos del producto



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.