

Mapa del model de negoci

Socis clau



Qui són els nostres socis claus?
Qui són els nostres proveïdors claus?
Quins recursos claus adquirirem dels nostres socis?
Quines activitats claus realitzaran els socis?

MOTIVACIÓ PER A SOCIS:

Optimització i economia.
Reducció de riscos i incertesa
Adquisició de recursos i activitats
Particulars.

Activitats clau



Quines activitats claus requereix la nostra proposta de valor?
El nostre canal de distribució?
La nostra relació amb els clients?
La nostra font d'ingressos?

CATEGORIES:

producció
Resolucions de problemes
Plataforma / Xarxa

Proposta de valor



Quin valor donem al client?
Quin dels problemes que té el nostre client, li ajudarem a resoldre?
Quin paquet de productes i serveis oferim a cada segment de clients?
Quines necessitats del client estem satisfent?

CATEGORIES:

Novetat
Rendiment
Personalització
"Fer la feina"
Disseny
Marca / Status
Preu
Reducció de costos
Reducció de riscos
Accessibilitat
Conveniència / Usabilitat

Relació amb clients



Quin tipus de relació espera cadascun dels nostres segments de clients, que establim i mantinguem amb ells?
Quins hem establert?
Com estan integrades amb la resta del nostre models de negoci?
Quant costen?

EXEMPLES:

Assistència personal.
Assistència personal dedicada.
Autoservei.
Serveis automatitzats
Comunitats
Co-creació

Segments de clients



Per a qui estem creant valor?
Qui són els nostres clients més importants?

EXEMPLES:

Mercat massiu
Nínxol de mercat
Segmentat
Plataforma multilateral

Recursos clau



Quins recursos claus requereix la nostra proposta de valor?
Els nostres canals de distribució?
Les nostres relacions amb els clients?
Les nostres fonts d'ingressos?

TIPUS DE RECURSOS:

Físics.
Intel·lectual (Patents de marca, drets d'autor, dades).
Humans.
Financers

Canals



A través de quins canals volen ser contactats els nostres segments de clients?
Com els estem contactant?
Com estan integrats els nostres canals?
Quins funcionen millor?
Quins són més eficients en costos?
Com estem integrant-los amb les rutines del client?

FASES DE CANAL:

- Consciència
Com aconseguim conscienciar sobre els productes i serveis de la nostra empresa?
- Avaluació
Com ajudem els nostres clients a avaluar la proposta de valor de la nostra organització?
- Compra
Com permetem als nostres clients comprar els nostres productes i serveis?
- Lliurament
Com se'ls fa arribar la nostra proposta de valor?
- Postvenda
Com proporcionem suport postvenda als clients?

Estructura de costos

Quins són els costos més importants, relacionats el nostre model de negoci?
Quins recursos claus són els més cars?
Quines activitats claus són les més cares?

ÉS TEU NEGOCI MÉS:

Basat en cost (Estructura de costos més simple, proposta de valor de preu baix, màxima automatització, outsourcing extensiu)
Basat en valor (centrat en creació de valor, proposta de valor premium)

CARACTERÍSTIQUES EXEMPLE:

Costos fixos (Salaris, lloguers, utilitats ...)
Costos variables
Economia d'escala
Economia d'abast



Fonts d'ingressos

Per quin valor estan realment disposats a pagar els nostres clients?
Per a què paguen actualment?
Com estan pagant ara?
Quant contribueix cada font d'ingrés als ingressos totals?

TIPUS:

Venda d'actius
Pagament per ús
Quota de subscripció
Préstec, arrendament, leasing
Llicències
Comissions
Publicitat

PREU FIX:

Llista de preus
Depenent de la funcionalitat del producte
Depenent del segment de client
Depenent del volum.

PREU DINÀMIC:

Negociació (Regateig)
Gestió de rendiment
Mercat en temps real



Mapa del model de negoci

Socis clau



Activitats clau



Proposta de valor



Relació amb clients



Segments de clients



Recursos clau



Canals



Estructura de costos



Fonts d'ingressos

