Preguntas del Business Model Canvas



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aliados Clave**Hace referencia a las organizaciones más importantes con quienes trabajamos para que la empresa funcione. (Alianzas, proveedores, colaboradores, entidades o redes de conocimiento)*
*
*
*
*
*
 | Actividades ClaveSon las actividades necesarias para disponer y entregar nuestra oferta de productos o servicios. (Pueden estar relacionadas con los principales procesos directivos, operativos y de apoyo)*
*
*
*
*
 | Propuesta de ValorHace referencia al producto o servicio por el que los clientes están dispuestos a pagar (Valor = Percepción de beneficio de prestaciones y sensación / precio, esfuerzo y riesgo). Es lo que hace a la empresa diferente de la competencia.*
*
*
*
*
 | Relación con el ClienteSe identifican los modos para mantenernos en contacto con nuestros clientes y establecer relaciones a largo plazo.*
*
*
*
*
 | Segmentación de ClientesPerfil de los clientes y su comportamiento de compra para poder ofrecerles productos o servicios que sintonicen con ellos. Los segmentos son los clientes agrupados por características comunes que, por ello, tienen necesidades específicas.*
*
*
*
*
 |
| Recursos ClaveSon las personas, medios intelectuales, tecnológicos y físicos sin los cuales no hay negocio.*
*
*
*
*
 | Canales de DistribuciónLos canales hacen referencia a los puntos de contacto con los clientes y se relacionan con las actividades de: difusión, recogida de opinión, venta, entrega y postventa.*
*
*
*
*
 |
| EgresosIdentificamos los costes más relevantes en la operativa del negocio con el fin de calcular el precio de venta en el mercado y valorar su viabilidad. Es importante tener en cuenta todas las variables que suponen un desembolso económico estable (ej. instalaciones, equipos, materiales, producción, difusión, distribución, administración, planilla).*
*
 | IngresosEs importante identificar los ingresos que provienen de cada segmento de clientes y el sistema de pago (Ej.: venta, comisión, servicio único, o periódicos como suscripción, licencia, alquiler, etc.), con el fin de tener una visión global de cuales segmentos son los de mayor rentabilidad.*
 |

EJEMPLO DE BUSINESS MODEL CANVAS DE EQUILIBRIUM SUPLEMENTOS DEPORTIVOS

