

## Socios clave

- ¿quiénes son nuestros socios clave?
- ¿quiénes son nuestros suministradores clave?
- ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?
- ¿qué actividades clave realizan los socios?

### motivaciones para socios:

- reducción de riesgo e incertidumbre
- dependencia de recursos y actividades particulares



## Actividades clave

- ¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿nuestros canales de distribución?
- ¿nuestras relaciones con clientes?
- ¿nuestras fuentes de ingresos?

### categorías:

- requisitos
- reducción de problemas
- problemas / red



## Propuestas de valor

- ¿qué valor entregamos al cliente?
- ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver?
- ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?
- ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

### características:

- novedad
- requisitos
- "New Fit Model"
- servicio personalizado
- precio / calidad
- precio
- reducción de coste
- reducción de riesgo
- complemento / necesidad



## Relaciones con clientes

- ¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?
- ¿cuáles hemos establecido?
- ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?
- ¿cuánto cuestan?

### ejemplos:

- relaciones personalizadas
- servicio personalizado
- comunidad
- cooperación



## Segmentos de cliente

- ¿para quién estamos creando valor?
- ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?

- mercado de masas
- mercado de nicho
- diversificación
- adaptación multilateral



## Recursos clave

- ¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿nuestros canales de distribución? / relaciones con clientes?
- ¿fuentes de ingresos?

### tipos de recursos:

- Activos
- Actividad (procesos de negocio, copyright, datos)
- Intelectuales



## Canales

- ¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente?
- ¿cómo los contactamos ahora?
- ¿cómo están integrados nuestros canales?
- ¿cuáles funcionan mejor?
- ¿cuáles son más eficientes en costes?
- ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?

### factores del canal:

1. Coste de canal
2. Cómo conseguimos conectar con ellos: los productos y servicios de nuestro empresa?
3. Cómo integramos / nuestro canales en el resto de nuestro modelo de negocio?
4. ¿Cómo integramos / nuestro canales con el resto de nuestro modelo de negocio?
5. ¿Cómo integramos / nuestro canales con el resto de nuestro modelo de negocio?
6. ¿Cómo integramos / nuestro canales con el resto de nuestro modelo de negocio?

## Estructura de costes

- ¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
- ¿qué recursos clave son los más caros?
- ¿qué actividades clave son las más caras?

### es tu negocio más:

- Asunto de coste / estructura de coste más sencilla, propuesta de valor de precio bajo, máxima automatización, recursos de personal

### características de ejemplo:

- reducción de riesgo e incertidumbre
- dependencia de recursos y actividades particulares



## Fuentes de ingresos

- ¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
- ¿para qué pagan actualmente?
- ¿cómo están pagando ahora?
- ¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

### tipos:

- venta de activos
- venta de servicios
- venta de productos
- venta de servicios
- venta de productos
- venta de servicios
- venta de productos
- venta de servicios

### precio fijo:

- precio de producto
- precio de servicio
- precio de producto
- precio de servicio
- precio de producto
- precio de servicio

### precio dinámico:

- precio de producto
- precio de servicio
- precio de producto
- precio de servicio
- precio de producto
- precio de servicio

