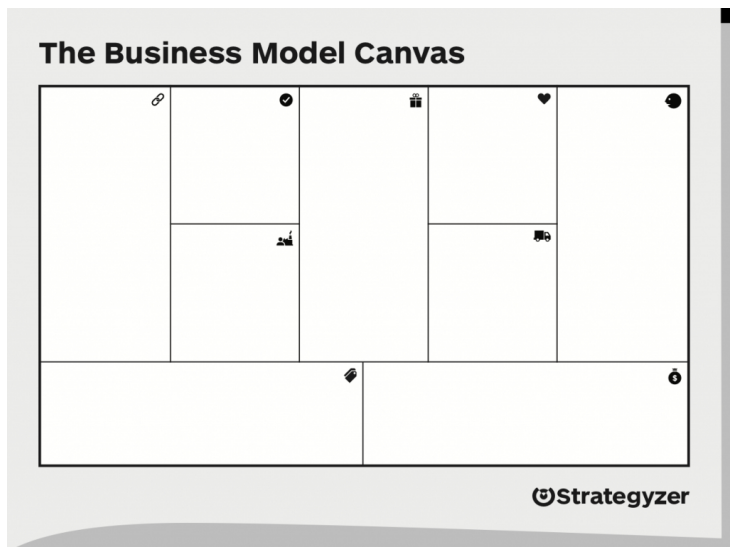


CÓMO DEFINIR TU MODELO DE NEGOCIO CON BUSINESS MODEL CANVAS



Una de las principales herramientas tanto para crear como para reformar el modelo de negocio de una empresa es el bussines model canvas. Esta herramienta permite de una forma visual y sencilla reflexionar sobre las áreas clave de la empresa y como deben relacionarse entre sí. El business model canvas también llamado lienzo de modelo de negocio se dio a conocer gracias al libro ?Generación de modelos de negocio? (Business model generation) escrito por los autores Alex Osterwalder y Yves Pigneur.

?Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor?

Si queremos aplicar el bussines model canvas para definir un modelo de negocio es necesario cubrir cuatro áreas principales dentro de una empresa: infraestructura, oferta, viabilidad económica y clientes. Para ello dividimos estas cuatro áreas principales en nueve módulos básicos, en el que cada uno de ellos representa un punto clave.

1.SEGMENTOS DE MERCADO

En este primer punto hemos de definir los segmentos de mercado a los que nos vamos a dirigir. Los clientes a los que nos dirigimos son la base de nuestro modelo de negocio, por tanto es totalmente necesario conocer a fondo sus características y necesidades. Si quieres ampliar información sobre como segmentar el mercado encontraras un artículo en el blog pulsando aquí.

¿Para quién creamos valor?

¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?

2.PROPUUESTAS DE VALOR

El objetivo de la propuesta de valor es resolver un problema o una necesidad de un segmento de mercado determinado a través de una serie de productos o servicios que ofrece la empresa.

Existen multitud de propuestas de valor aunque las más utilizadas son las basadas en: resolver nuevas necesidades no cubiertas, mejoras en productos y servicios, personalización, reducción de precio, marca que representa estatus, diseño?

¿Qué valor ofrecemos a nuestros clientes?

¿Qué problema ayudamos a resolver?

¿Qué productos / servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?

¿Qué necesidades de los clientes cubrimos?

3.CANALES

Los canales permiten la entrega de valor de la empresa a cada segmento de mercado, es decir, los canales establecen el contacto entre la empresa y los clientes, para ofrecer sus productos y servicios. Nuestra misión en este punto es encontrar los canales más efectivos y rentables para nuestro modelo de negocio. Además hay que tener un especial cuidado en este punto del canvas, ya que el canal forma parte de la experiencia del cliente con la marca.

¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?

¿Cómo se integran nuestros canales?, ¿Cuáles funcionan mejor?, ¿Cuáles son más rentables?

¿Cómo integrarlos a la rutina de nuestros clientes?

4.RELACIÓN CON EL CLIENTE

En este punto la empresa debe definir el tipo de relación que desea tener con cada segmento de mercado. Existen varios tipos de relaciones con clientes: asistencia personal, asistencia personal exclusiva, servicio automático, autoservicio, comunidades, crowdsourcing?

¿Qué tipo de relación esperan nuestros clientes?

¿Qué relaciones hemos establecido?

¿Cuánto nos cuestan? ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

5.FUENTES DE INGRESOS

Es necesario que en todo modelo de negocio quede definido una o varias vías de ingresos de la empresa por cada segmento de mercado. Existen diferentes formas de generar ingresos: venta de activos, cuota por uso, suscripción, licencias, préstamo, alquiler, leasing, publicidad.

¿Cuál es el valor que nuestros clientes están dispuestos a pagar?

¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente? ¿Cómo les gustaría pagar?

¿Cuál es el aporte de cada fuente de ingresos al total?

6.RECURSOS CLAVE

Los recursos clave son un punto necesario para que la empresa pueda crear y proporcionar su propuesta de valor. Los recursos clave pueden ser físicos, económicos o humanos dependiendo de cada empresa. Estos recursos no sólo se pueden tener en propiedad, sino que también se pueden subcontratar o buscar socios estratégicos para obtenerlos.

¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

¿Qué recursos clave requiere nuestros canales de distribución?

¿Qué recursos clave requiere la relación con nuestros clientes?

¿Qué recursos clave requiere nuestras fuentes de ingresos?

7.ACTIVIDADES CLAVE

En este punto del business model canvas, describimos aquellas actividades fundamentales que tiene que realizar una empresa para que su modelo de negocio tenga éxito. Todas las empresas tienen que llevar a cabo una serie de actividades necesarias para crear y entregar sus propuestas de valor.

¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

¿Qué actividades clave requiere nuestros canales de distribución?

¿Qué actividades clave requiere la relación con nuestros clientes?

¿Qué actividades clave requiere nuestras fuentes de ingresos?

8.ASOCIACIONES CLAVE

Las empresas necesitan socios estratégicos y proveedores que ayuden al correcto funcionamiento de la empresa. Existen diferentes tipos de asociaciones, como por ejemplo las alianzas estratégicas entre empresas, los acuerdos comerciales joint venture o las clásicas relaciones empresariales entre cliente-proveedor.

¿Quiénes son nuestros socios clave?

¿Quiénes son nuestros proveedores clave?

¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros proveedores?

¿Qué actividades clave desarrollan nuestros socios clave?

9.ESTRUCTURA DE COSTES

En este último punto detallamos todos los costes necesarios para trabajar con nuestro modelo de negocio, distinguiremos entre costes fijos y variables. Por otra parte existen dos enfoques diferentes en cuanto a la estructura de costes de una empresa. Por un lado encontramos modelos basados en reducir costes donde sea posible, como por ejemplo el adoptado por Ryanair. Por otro lado encontramos otros modelos donde los costes no son una prioridad y están basados en la creación de valor, normalmente propuestas premium como por ejemplo la firma Cartier.

¿Cuáles son los costes más importantes?

¿Cuáles son los recursos clave más caros?

¿Cuáles son las actividades claves más caras?

Recomiendo utilizar post-its para trabajar las areas del lienzo, si nos dirigimos a varios segmentos de mercado es recomendable asignar un color para cada uno de ellos.

Como hemos podido observar a lo largo del artículo, el business model canvas es una herramienta de innovación estratégica sencilla pero eficaz, que nos permite diseñar o definir las áreas principales de una empresa y como se relacionan entre si. No debemos caer en el error de completar por inercia cada área, ya que el objetivo del canvas es buscar una reflexión integral a la hora de definir tu modelo de negocio. Si lo consideras oportuno también puedes ponerte en manos de un consultor de empresas, en esta misma web en el apartado servicios obtendrás más información.