



KSI Atea

Construye o reinventa tu modelo de negocio creativo

1ª Píldora de Formación Virtual



Eraiki edo berrasmatu zure sormen negozio-eredua

1. Formakuntza pilula birtuala



Contenido

1.	La propuesta de valor del negocio	3.
2.	Business Model Canvas	8.
3.	Otros métodos alternativos	22.
4.	Casos de éxito de redefinición de la propuesta de valor	25.



1. Propuesta de valor

Es la razón por la que el cliente elegirá nuestro producto o servicio frente a otros, satisfaciendo una necesidad o resolviendo un problema.

- Características de una propuesta de valor



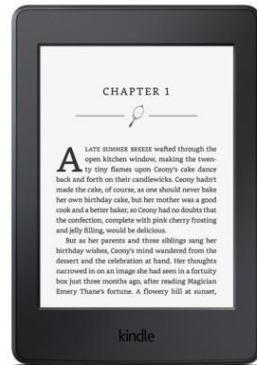
Novedad



Desempeño



Personalización



1. Propuesta de valor

Es la razón por la que el cliente elegirá nuestro producto o servicio frente a otros, satisfaciendo una necesidad o resolviendo un problema.

- Características de una propuesta de valor



Novedad



Desempeño



Personalización

NETFLIX



1. Propuesta de valor

Es la razón por la que el cliente elegirá nuestro producto o servicio frente a otros, satisfaciendo una necesidad o resolviendo un problema.

- Características de una propuesta de valor



Novedad



Desempeño



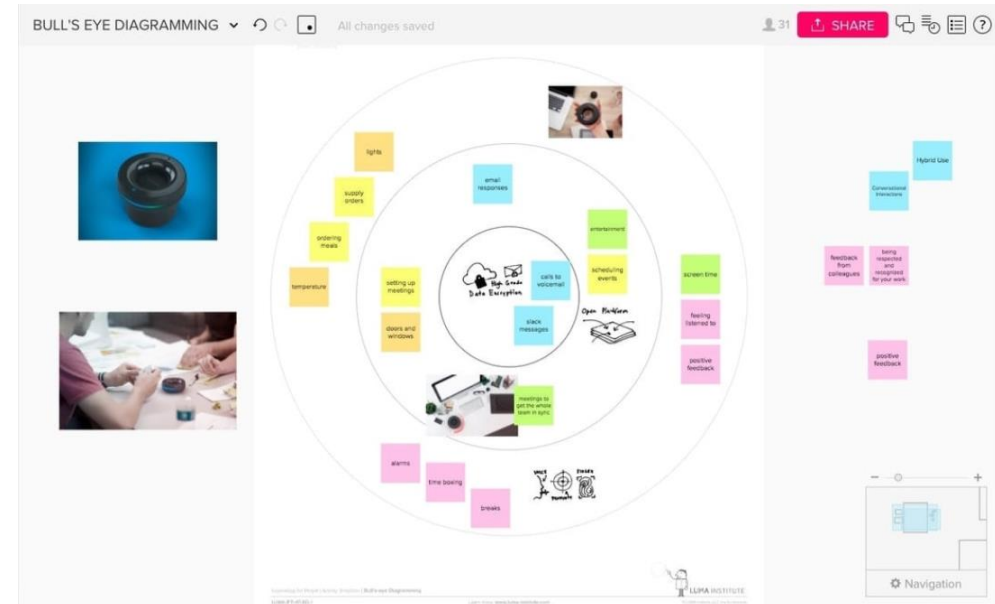
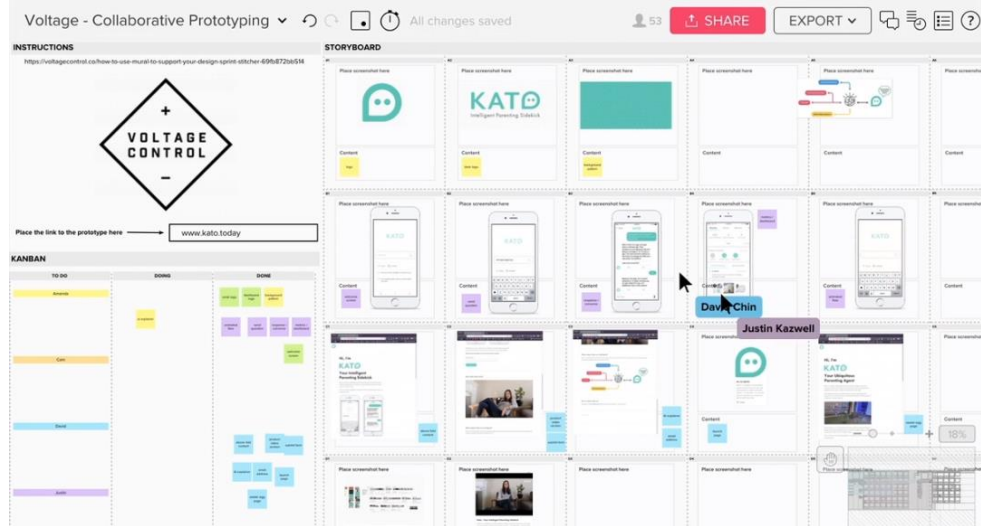
Personalización



1. Propuesta de valor

Cuando se da un cambio de paradigma tan súbito e irreversible como el provocado por la COVID-19, debemos realizarnos las siguientes preguntas:

- ¿Nuestra propuesta **sigue generando valor** para el cliente?
- ¿Es algo **novedoso**? ¿O ha surgido alguna **propuesta superadora**?
- ¿Podríamos incorporar **herramientas digitales** u otros mecanismos para mejorar nuestro **desempeño**?
- ¿Brindamos **seguridad y acompañamiento** a nuestro cliente en este contexto de incertidumbre?



Contenido

1.	La propuesta de valor del negocio	3.
2.	Business Model Canvas	8.
3.	Otros métodos alternativos	22.
4.	Casos de éxito de redefinición de la propuesta de valor	25.



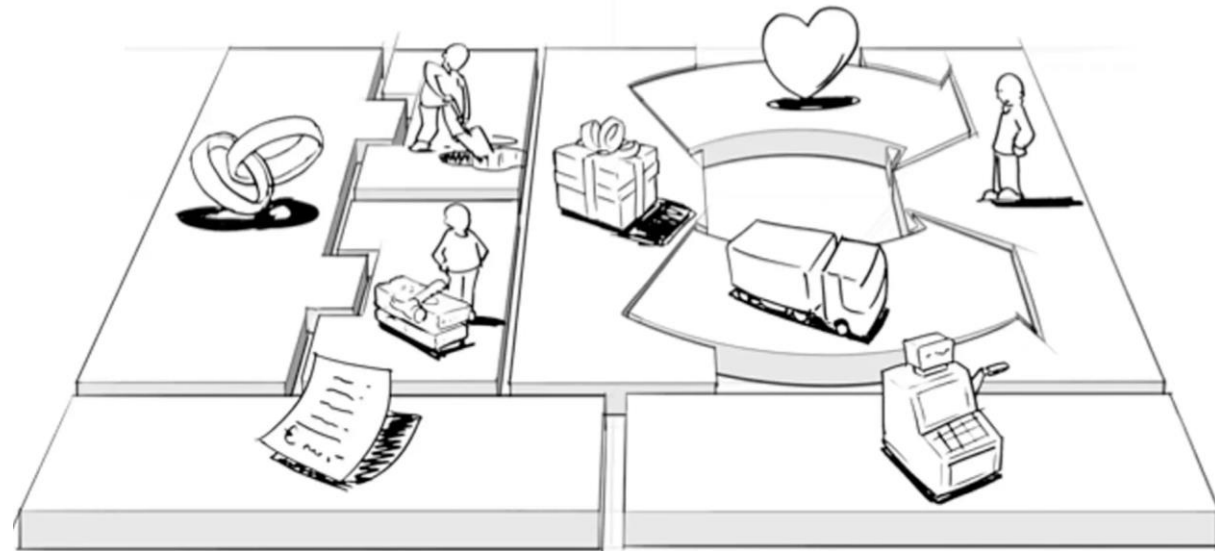
2. Business Model Canvas

- **Introducción**

- En estos momentos de cambio creamos nuevas ideas, productos, servicios, etc.; nuevas Propuestas de Valor, pero... ¿Cómo presentarlas para que sean comprendidas de forma sencilla? Para ello, debe definirse un **MODELO DE NEGOCIO** que describa el *valor diferencial* de la propuesta, así como su *posición estratégica* dentro de una cadena de valor.



El **Business Model Canvas**, desarrollado por Alex Osterwalder, se ha convertido en un estándar a nivel mundial para el diseño y definición de modelos de negocio.



Fuente: Business Model Generation – Alexander Osterwalder



2. Business Model Canvas

- Características



Es una **herramienta integral** que permite visualizar todos los componentes del modelo de negocio en un único lienzo.



Facilita la **definición lógica de un negocio**, comenzando por una **propuesta de valor** única, la definición y forma de abordaje de **clientes**, y una estructura de **socios clave**. Asimismo, es sencillo detectar incongruencias entre componentes y solucionarlas.

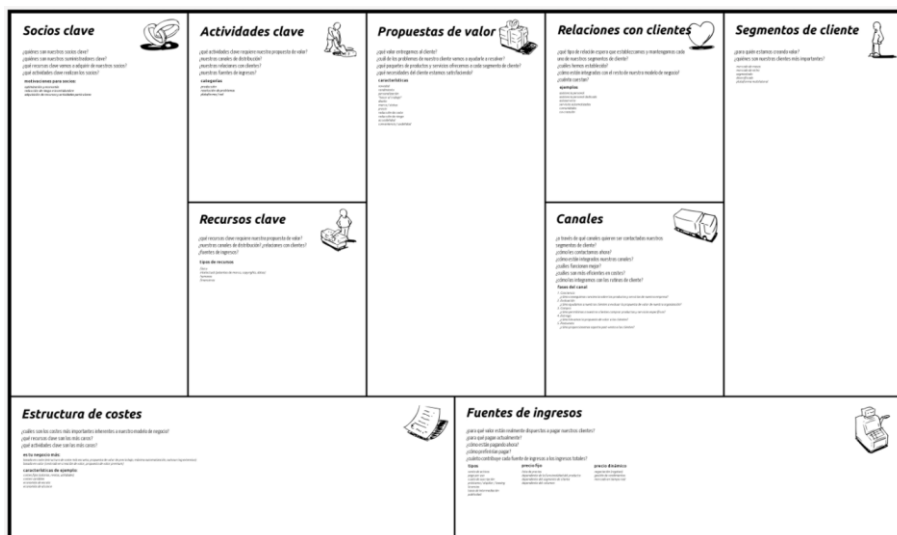


Permite **comunicar** la propuesta de valor innovadora a potenciales socios, clientes o cualquier tipo de *stakeholder* de forma clara y concisa, en especial cuando pensamos en **internacionalización**.

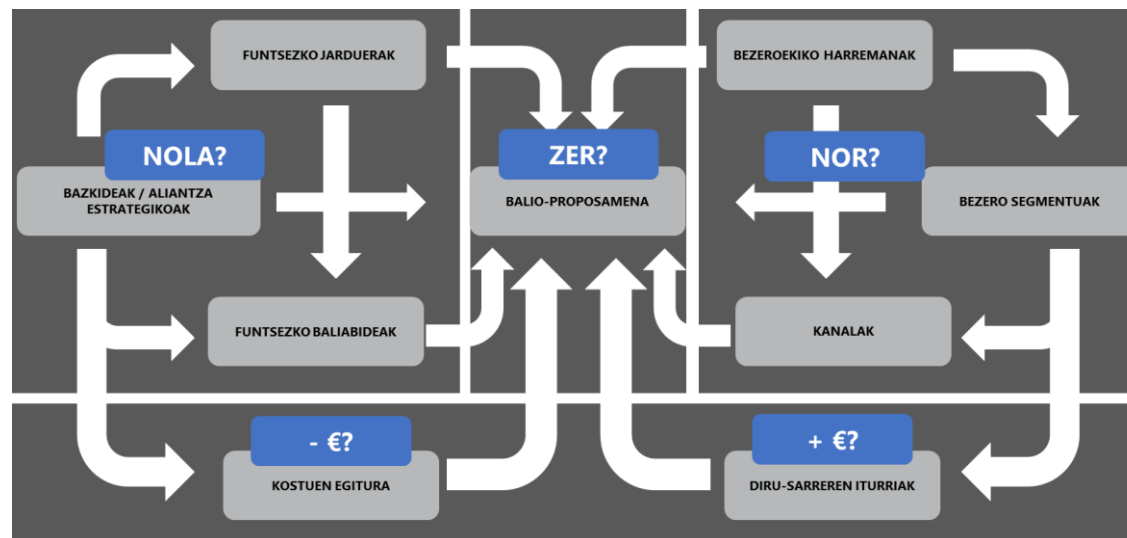


2. Business Model Canvas

• 2.0 EGITURA



Fuente: Business Model Generation – Alexander Osterwalder



Autoría propia

Ezkerreko sektorean,
gure negozioarako
balio-proposamen bat
modu eraginkorrean
sortzea ahalbidetzen
duten osagaiak
aurkezten dira.

Erakundea   Merkatua

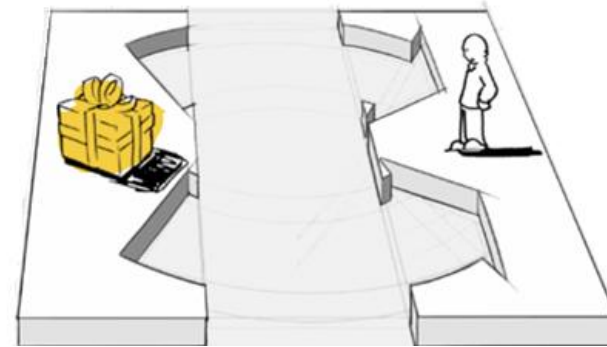
Eskuineko sektoreko
osagaiak merkatu-
estrategiarekin eta
bezeroarekiko
harremanekin lotuta
daude



2. Business Model Canvas

• 2.1 BALIO-PROPOSAMENA

- *Bezeroei zer balio ematen diegu?*
- *Gure bezeroen zer arazo konpontzen laguntzen dugu?*
- *Zer behar asetzen ari gara?*
- *Zertan bereizten da gure eskaintza?*



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Modulu honetan, merkatuko segmentu konkretu batentzat balioa sortzen duten produktu eta zerbitzuak deskribatzen dira.



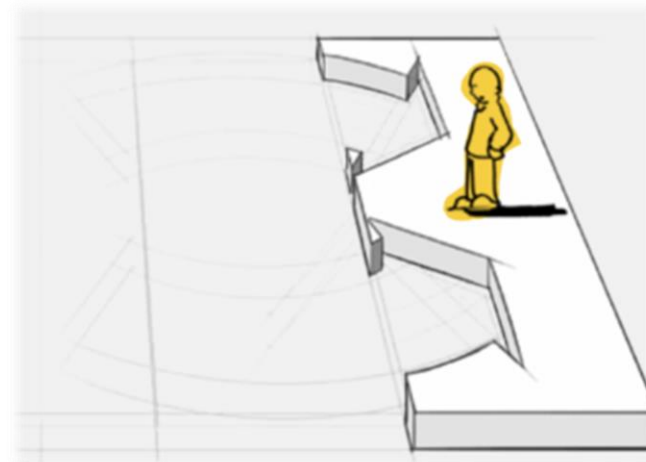
Fuente: Veja. Disponible en <https://project.veja-store.com/fr/intro>



2. Business Model Canvas

- 2.2 BEZERO SEGMENTUAK

- *Norentzat ari gara balioa sortzen?*
- *Zein dira gure bezero-segmentu garrantzitsuenak?*



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Honako moduluan, enpresa nori zuzentzen den definitzen da, beraz, bai pertsonak bai erakundeak sar daitezke hemen.

NETFLIX

INDITEX

ZARA ZARA HOME
Bershka Oysho
Pull and Bear Massimo Dutti
Kiddys Class UTERQUE

NIKE **adidas**

 **Yuka**

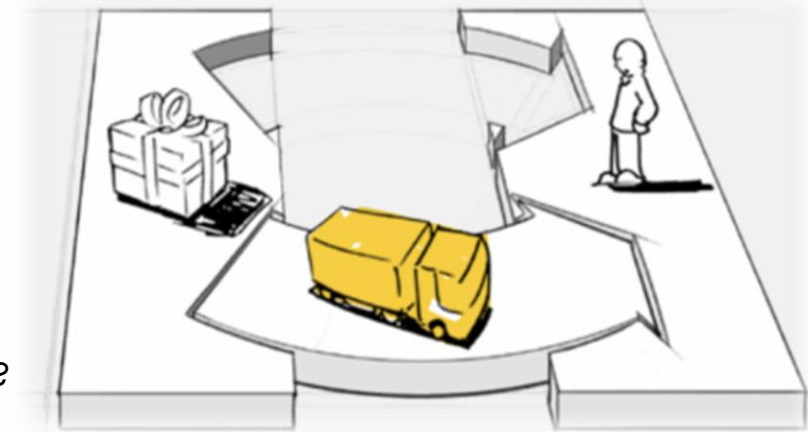
 **tinder**



2. Business Model Canvas

• 2.3 KANALAK

- Zer kanal nahiago dituzte gure merkatu-segmentuek?
- Nola landu bezeroekiko harremana?
- Nola integratzen dira gure kanalak?
- Zeinek ditu emaitza onenak?
- Zein dira errentagarrienak?
- Nola integratzen dira bezeroen eguneroko jardueretan?



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Enpresa, merkatutako-segmentu desberdinekin nola komunikatzen den deskribatu egiten du atal honek. Helburua, segmentuetara iristea da, bai eta balio-proposamena helaraztea ere.

*Nork ematen digu feedback-a?
Nola lortu dezakegu gure proiektuaren inguruko feedback-a?*



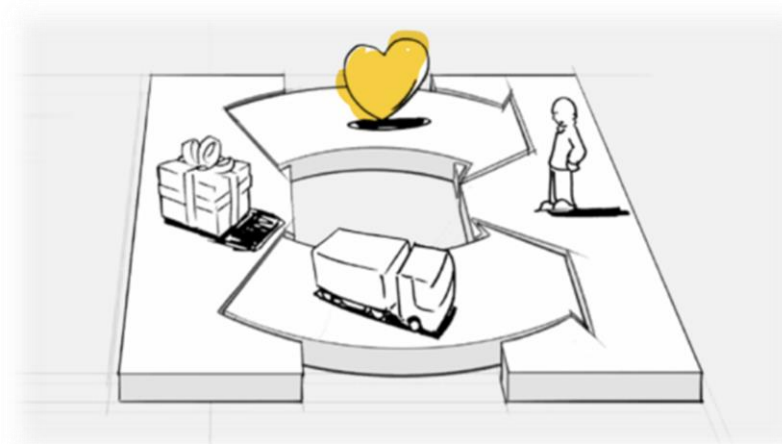
Fuente: Behance. <https://www.behance.net/>



2. Business Model Canvas

• 2.4 BEZEROEKI KO HARREMANAK

- *Zer harreman-mota espero dute merkatu-segmentuek?*
- *Nolako harremanak ezarri ditugu?*
- *Zer kostu dute?*
- *Nola txertatzen dira gure negozio-ereduan?*



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Modulu honetan, enpresa batek merkatu-segmentu jakin batzuekin ezartzen dituen harreman-motak deskribatzen dira.



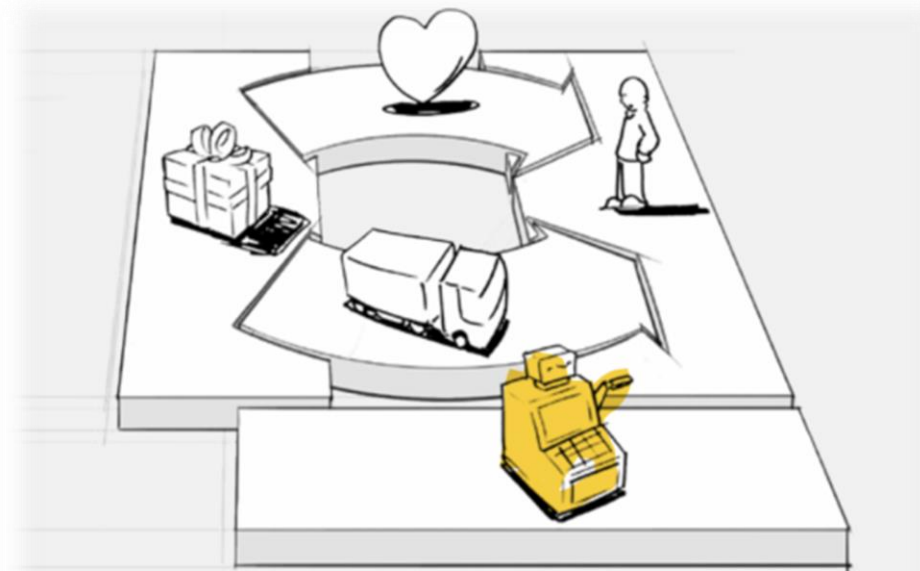
Fuente: Nike. Disponible en https://www.nike.com/es/nike-by-you?cp=40840846946_search_|nike%20by%20you|10573485502|107360281391|e|c|ES|pure|452242999886&gclid=EAlaQobChMl2KzZ1tjy6wIV_RoGAB2kXQyLEAAYASAAEglKHfD_BwE&gclid=aw.ds



2. Business Model Canvas

• 2.5 DIRU SARREREN ITURRIAK

- Bezeroak (gure irtenbideetatik) zer ordaintzeko prest daude?
- Zer produktu/zerbitzu ordaintzeko prest daude gure bezeroak?
- Nola ordaintzen dute gaur egun?
- Nola nahiko lukete ordaintzea?
- Zein eta zenbat dira diru-sarreraren iturriak?



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Modulu hau, enpresa batek merkatu-segmentuetan sortzen duen kutxa-fluxuari buruzkoa da (irabaziak kalkulatzeko, gastuak diru-sarrerei kendu behar zaizkie eta).



flickr



2. Business Model Canvas

• 2.6 FUNTSEZKO BALIABIDEAK

- *Zer funtsezko baliabide behar dituzte gure balio-proposamenak, banaketa-kanalek, bezeroekiko harremanek eta diru-sarreren iturriek?*



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

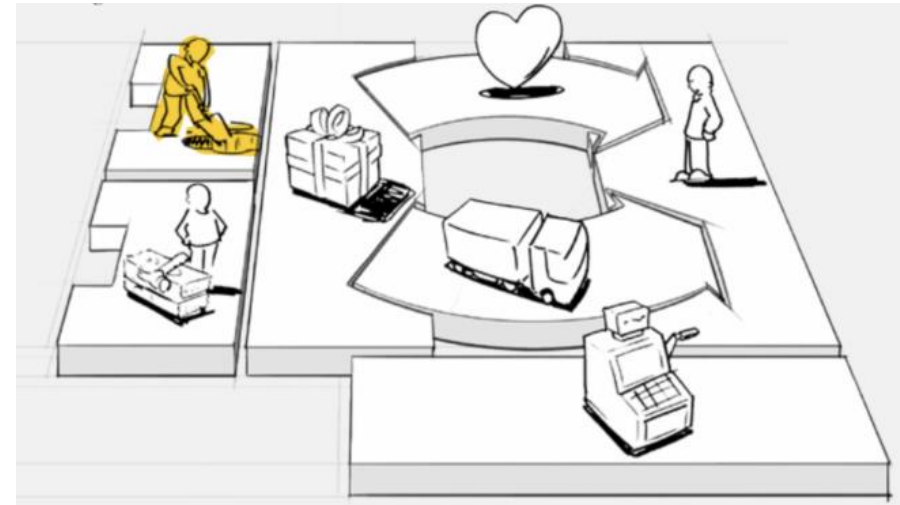
Ondorengo atalean, negozio-eredu batek funtzionatzeko behar dituen funtsezko aktiboak biltzen dira.



2. Business Model Canvas

- **2.7 FUNTSEZKOA JARDUERAK**

- *Zer funtsezko jarduera behar dituzte gure balio-proposamenek, banaketa-kanalek, bezeroekiko harremanek eta diru-sarreraren iturriek?*



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Modulu honek, enpresa batek bere negozio-eredua funtziona dezan, gauzatu beharreko funtsezko ekintzak deskribatzen ditu.



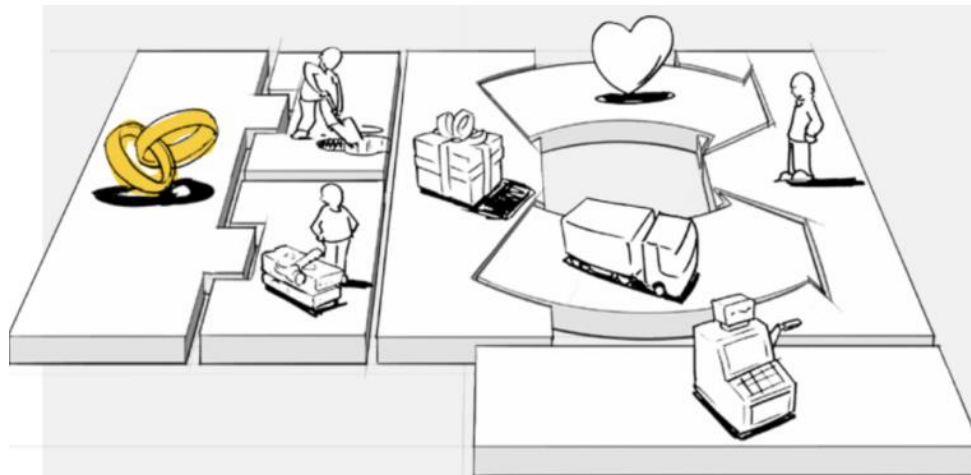
Fuente: Amazon. Disponible en <https://www.amazon.es/>



2. Business Model Canvas

• 2.8 BAZKIDEAK / ALIANTZA ESTRATEGIKOAK

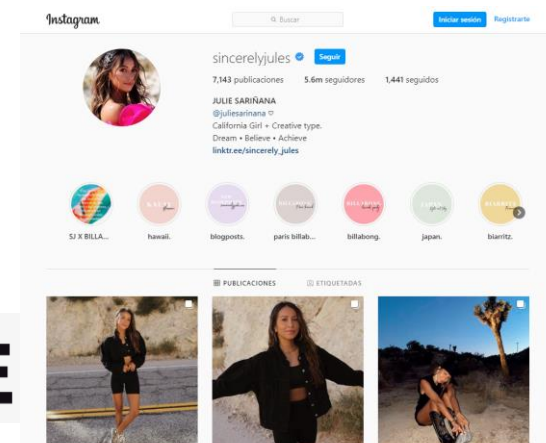
- Nortzuk dira gure aliatu estrategikoak?
- Zein dira gure hornitzaile garrantzitsuenak?
- Funtsezko zer baliabide behar dira bazkideak eskuratzeko?
- Zer jarduera nagusi egiten dituzte bazkideek?



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Ondorengo atal honetan, negozio-eredu baten funtzionamenduan parte hartzen duten hornitzaileen eta bazkideen sarea deskribatzen da.

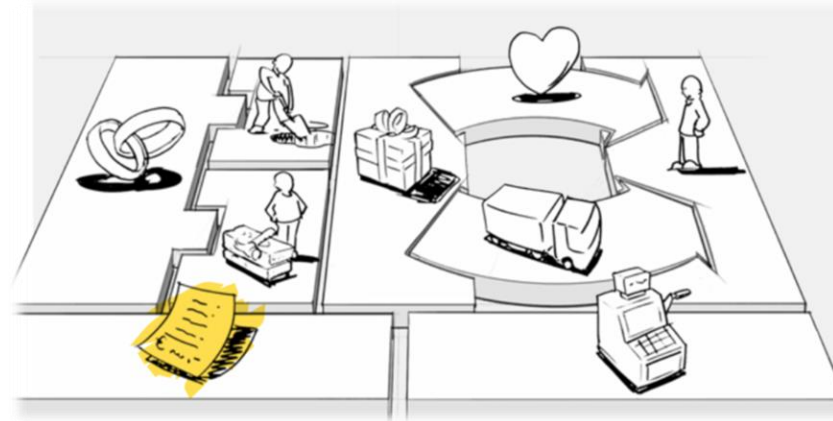
Zein saretakoa izan naiteke?



2. Business Model Canvas

• 2.9 KOSTUEN EGITURA

- Zein dira gure negozio-ereduaren kostu nabarmenenak?
- Zein dira funtsezko baliabide garestienak?
- Zein dira funtsezko jarduera garestienak?



Business Model Generation – Alexander Osterwalder

Azken modulu honek, negozio-eredu bat abian jartzeak dakartzan kostu guztiak deskribatzen ditu.

PRIMARK®



2. Business Model Canvas

1) Debateak eta eztabaidak egituzten laguntzen du: ekintzaile batzuek bileretarako erabiltzen dituzte BMC orriak, blokeak erabiltzaileak, ideiak jasotzen joateko.

2) Laburra eta argia: Canvas-a, orrialde bakarreko negozio-eredua da.

3) Ideia-multzoa garatzeko aproposa: Business Model Canvasa erabiltzaileak, orduak pasa ditzakezu ideia desberdinetarako negozio-ereduak marrazten. Ideia txarrak bertan behera uzteko modu egokia da.

4) Intuitiboa da: modurik sinpleenean ere, BMC-ek ia edozein pertsonak uler ditzakeen negozio-ereduak sortzeko aukera ematen du.

5) Balio-proposamena: BMC tresnaren helburua, enpresak honako puntu hauen inguruan hausnartaraztea da: zer eskaintzen dion bezeroari, zer arazo konpontzen laguntzen duen eta bezeroaren zer behar asetzen duen.

Ohiko akatsetako bat da, enpresak produktuarekin hasten direla eta merkatuan lekua egotea espero izaten dutela. Produktuaren diseinu prozesu horretan beraz, bezeroa edo erabiltzailea, amaieran baino ez dute kokatzen.



Contenido

1.	La propuesta de valor del negocio	3.
2.	Business Model Canvas	8.
3.	Otros métodos alternativos	22.
4.	Casos de éxito de redefinición de la propuesta de valor	25.



3. Otros métodos alternativos

- **Lean Canvas**

- El Lean Canvas, creado por Ash Maurya, es una plantilla de plan de negocios resumida en 1 sola página, adaptada del lienzo de Osterwalder y optimizada para las startups. Pretende plasmar un modelo de negocio en una sola página, para el que han de tomarse menos de 20 minutos en ser creado. Esto permitirá que se leído por más personas y que sea más fácil de recibir retroalimentación y por tanto de actualizar.

PROBLEM List your top 1-3 problems.	SOLUTION Outline a possible solution for each problem.	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.	UNFAIR ADVANTAGE Something that cannot easily be bought or copied.	CUSTOMER SEGMENTS List your target customers and users.
EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today.	KEY METRICS List the key numbers that tell you how your business is doing.		CHANNELS List your path to customers (inbound or outbound).	
COST STRUCTURE List your fixed and variable costs.	REVENUE STREAMS List your sources of revenue.			



3. Otros métodos alternativos

- **Creative Project Canvas**

- Adaptación del BMC y el Lean Canvas, está diseñado para individuos que trabajan en disciplinas creativas, ya que sus proyectos no siempre son productos/ servicios empresariales, miden el éxito de formas diferentes y utilizan una terminología diferente.

CREATIVE PROJECT CANVAS

Project name:		Data:	
Team members:		Rate: ☐ ☐ ☐ ☐	

BELONGING TO NETWORKS 	ACTIVITIES AND WORK 	VALUE 	CHAMPIONS AND CRITICS 	ACCESS FOR OTHERS 
	EQUIPMENT, MATERIALS AND TIME 		GETTING FEEDBACK 	
SHORT TERM GAINS AND LOSSES 		LONG TERM REWARDS 		

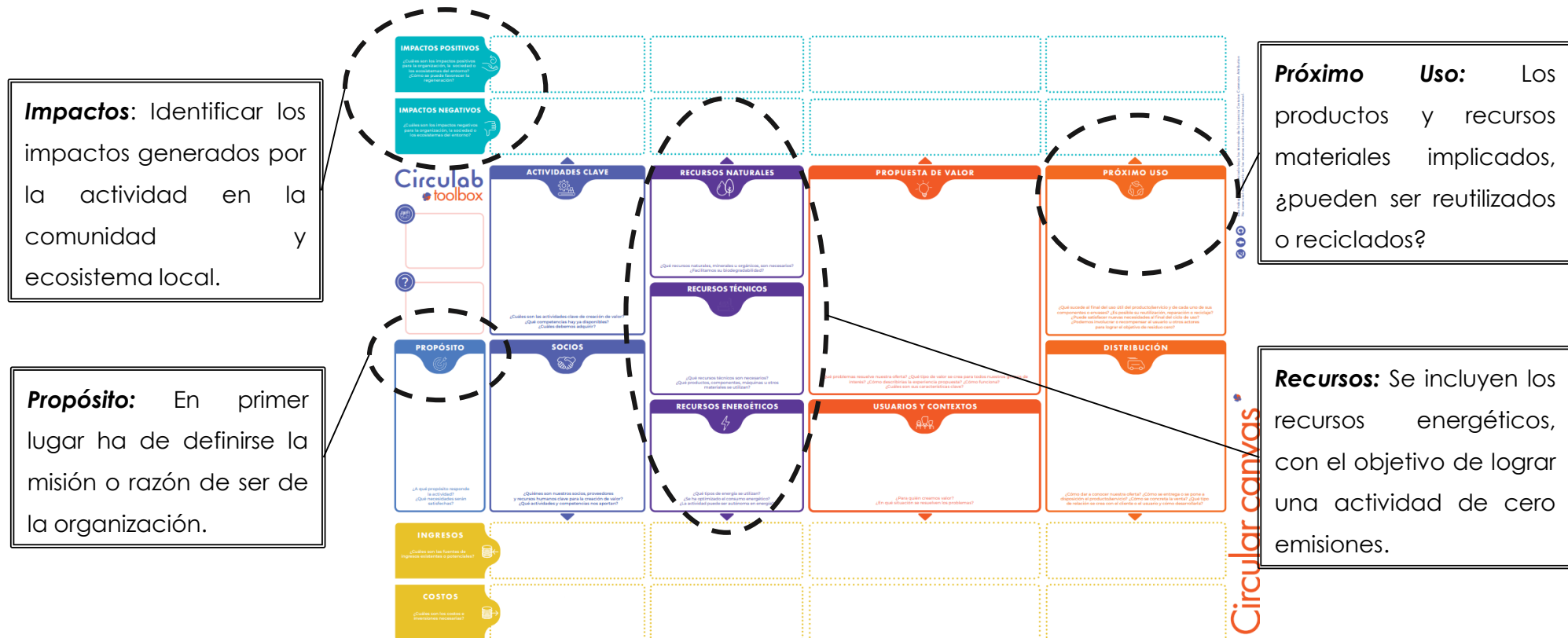
REVIEW, PROBLEM-SOLVE, SCOPE AND PLAN


 Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
 
 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
 



3. Otros métodos alternativos

- **Circular Canvas**
 - Circulab plantea una ampliación del modelo, incluyendo la búsqueda de lograr un negocio sustentable.



Contenido

1.	La propuesta de valor del negocio	3.
2.	Business Model Canvas	8.
3.	Otros métodos alternativos	22.
4.	Casos de éxito de redefinición de la propuesta de valor	25.



Rappi

- Zerbitzu nagusizat produktuak banatzea izan duen Kolonbiako enpresa.



Fuente: Rappi. <https://www.rappi.com.co/>



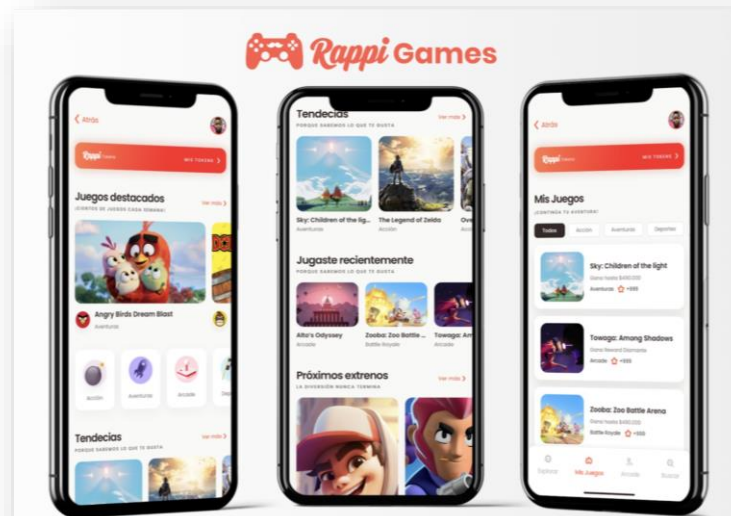
Fuente: Rappi. <https://www.rappi.com.co/>

- Konfinamenduan zehar supermerkatuko produktuak, farmazia eta bestelakoak barne hartzen dituen zerbitzu bertikal bat sortzeko hedapenari ekin dio, eta oso app baliagarria bihurtu da Latinoamerikako hainbat herritarrentzat pandemiaren zehar.

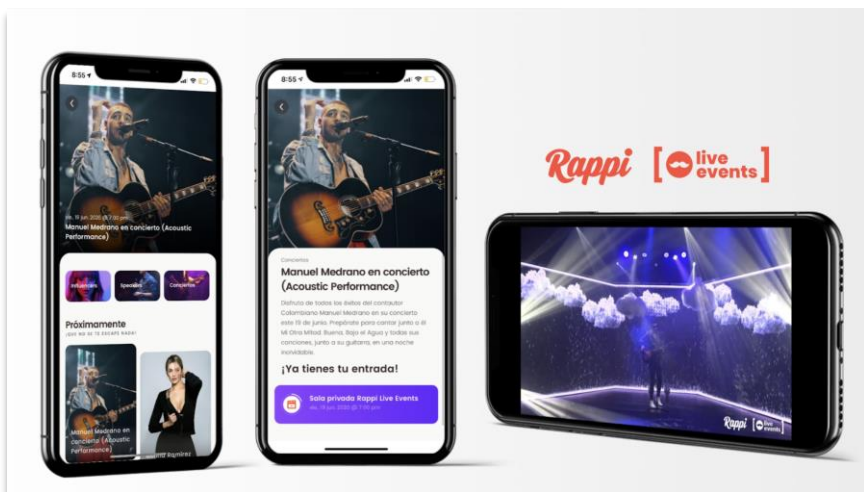


Rappi

- Gainera, arreta entretenimenduaren sektorean jarri du, erabiltzaileek, batez ere gazteek, aplikazioan denbora gehiago eman dezaten.
- **Rappi Games:** 150 jokotik gorako plataforma, Rappiren bidez erosketak egiteko kredituak, jatetxeetan deskontuak eta abar jasotzen dituen. Hilabete batean 266.000 erabiltzaile baino gehiago erregistratu ziren.



Fuente: Rappi. <https://www.rappi.com.co/>



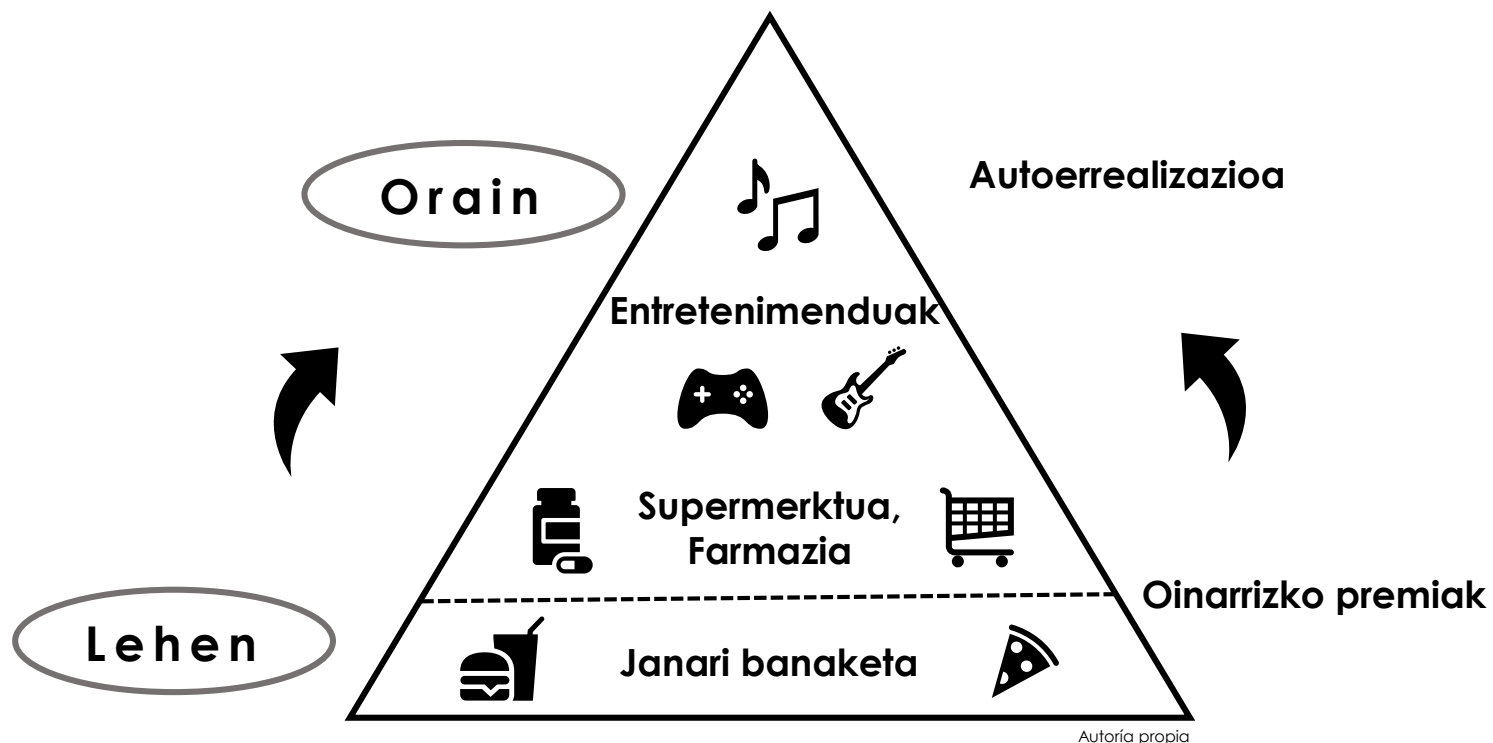
Fuente: Rappi. <https://www.rappi.com.co/>

- **Rappi Live Events:** Ikuskizunetara joateko, artistekin harremanetan jartzeko eta merchandisinga erosteko. Besteak beste, sukaldaritza, kirolak, artistak eta webinars kategoriak biltzen ditu. Lotutako produktuak **Rappi Live Shopping** plataformaren bidez saltzen dira denbora errealean.



Rappi

- **Negozio-ereduaren birdefinitze eredu**
- Konfinamendu-testuinguruaz baliatu ziren negozioa handitzeko eta edozein produktu erosteko eta entretenimendurako tresna bihurtzeko, etxetik mugitu gabe.



Conclusiones

- Balio proposamenar buruz hausnartzearen garrantzia
- Gure bezeroak entzutea, behar berriak deskubritzea
- Business Model Canvas-a, zure negozioaren irudi globala eskuratzen laguntzen duen tresna praktikoa





KSI Atea

MUCHAS GRACIAS!



MILA ESKER !

