

Modelo CANVAS

Muy usada actualmente por emprendedores de todo el mundo, la metodología de Canvas describe de manera lógica y a través de un diagrama, cómo una organización crea, entrega y capta valor en el mercado.

1.- Segmentos de mercado



Aquí defines los grupos de clientes (segmentos de mercado) atendidos por tu empresa. Esto te servirá para diseñar tu modelo de negocios en base a cubrir las necesidades de tu cliente objetivo.

2.- Propuestas de valor



El valor que le proporcionarás a tus clientes y por el cuál ellos están dispuestos a pagarte. Pueden ser servicios o productos. Esta propuesta debe ser la razón por la que las personas elijan tu empresa y no la competencia. Pueden ser una novedad, mejora del rendimiento, personalizado, diseño, precio, marca/estatus, trabajo hecho, etcétera.

3.- Canales



Es el modo en que tu empresa se comunica con los segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor, o darles a conocer los productos y servicios que ofreces.

4.- Relaciones con clientes



Aquí defines los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con cada segmento de mercado atendido. Por ejemplo: captación de clientes nuevos, fidelización de clientes o estimulación de las ventas (venta sugestiva).

5.- Fuentes de Ingresos



Se refiere a la sangre de tu empresa, al flujo de caja (\$) que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado. Responde a la pregunta ¿por qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Aquí podrían ser del tipo pagos puntuales por evento o recurrentes.

6.-Recursos clave



Son los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione. Pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Además determina si son propios, alquilados u obtenidos de sus socios clave.

7.- Actividades Clave



Enfocado a las acciones más importantes que debe emprender una empresa para hacer funcionar su modelo de negocios. Son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, establecer relaciones con los clientes y percibir ingresos.

8.- Asociaciones Clave



Las empresas crean alianzas para optimizar sus operaciones, reducir riesgos o adquirir recursos. Además de apalancarse en las fortalezas de otras empresas. Las alianzas puede ser con empresas no-competidoras, competidoras, empresas conjuntas para crear nuevos negocios o relaciones cliente-proveedor para suministros.

9.- Estructura de costes



Son todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio. Tanto en la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos.

Estos nueve módulos forman la base de una herramienta útil, llamada lienzo de modelo de negocios. Este lienzo es utilizado para representar un modelo de negocio en internet u offline de una forma simple.

Se recomienda imprimir el lienzo en una hoja grande o dibujarlo en un pizarrón y donde todo el equipo (o tú) puedan verlo y anotar y comentar en grupo las ideas y los elementos necesarios para llevarlo a cabo. Pueden apoyarse con notas adhesivas (post-it) para ir colocando las ideas.

Fomenta el debate, la comprensión, la creatividad y el análisis para diseñar el modelo de negocio para tu gran idea e identifica sus fortalezas y debilidades.