

CLAVES PARA DIFERENCIARTE DE LA COMPETENCIA

ÍNDICE

1. ¿Qué es y para qué sirve la metodología CANVAS? El lienzo
2. ¿Para quién crear valor?
 - 2.1. Tu clientela.
 - 2.2. El mapa empático de la clientela
3. ¿Qué es lo que te hace diferente a la competencia? Tu propuesta de valor.
4. ¿Cómo llegar a la clientela? Tus canales de distribución.
5. ¿Cómo vas a conectar tu propuesta de valor con la clientela? La relación con tu clientela.
6. ¿Qué valor está dispuesta a pagar nuestra clientela? Tus fuentes de ingreso.
7. ¿Qué infraestructura necesitas? Tus recursos clave.
8. ¿Cuál es el proceso para tener un buen desempeño? Tus actividades clave.
9. ¿Con qué alianzas vas a trabajar? Tus redes.
10. ¿Cuánto te cuesta vender tu propuesta de valor y cómo la financiarás? Tu estructura de costes.

7. Qué infraestructura necesitas. Tus recursos clave

Es el cómo vas a hacer tu propuesta de valor y con qué medios vas a contar: humanos, tecnológicos, físicos (locales, vehículos, naves, puntos de venta, etc.).

Del estudio y análisis de este elemento depende, en gran parte, que el negocio llegue a ser viable, no tanto porque la propuesta de valor encaje en el mercado y haya clientes dispuestos a pagar por tus productos y/o servicios, sino más bien porque mayores o menores recursos requerirán de mayores o menores esfuerzos financieros, intelectuales, de acuerdos con otras empresas, etc. De ahí que sea muy importante definir y valorar si, por ejemplo, vas a necesitar un equipo de ventas propio o externalizado; o si vas a llegar a la clientela a través de una red de tiendas propias, franquicias u on line; o si vas a necesitar una flota de camiones o todo un complejo sistema logístico o vas a utilizar los recursos de entidades socias estratégicas.

En definitiva, **infraestructura que se necesita para crear, entregar y capturar valor.**

Los recursos clave muestran qué activos son indispensables en nuestro modelo de negocio.

- A) Físicos (local, por ejemplo)
- B) Intelectuales (cierto conocimiento específicos)
- C) Humanos (ciertas personas, a veces una persona no puede hacerlo todo)
- D) Financieros (microcréditos, otra forma de financiación ajena)

Las preguntas a responder serían:

- **¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?**
- **¿Cuáles requieren los canales de comunicación y distribución?**
- **¿Cuáles la relación con los clientes?**
- **¿Nuestras fuentes de ingresos?**

8.Cuál es el proceso para tener un buen desempeño. Tus actividades clave.

Ésta es una de las piezas más complicadas de definir dentro de un modelo de negocio porque de ella depende que tengamos claro –y que así lo transmitamos al mercado– qué somos y qué queremos ser.

Como explica Osterwalder en Generación de modelos de negocio, a modo de ejemplo: “La actividad clave del fabricante de software Microsoft es el desarrollo de software, mientras que la del fabricante de ordenadores Dell es la gestión de la cadena de suministros. A su vez, una de las actividades clave de la consultora McKinsey es la resolución de problemas”. No todas las actividades son clave, pero la producción o el marketing sí lo son”

Muestran qué cosas realmente se necesita para tener un buen desempeño.

- A) Optimización de los recursos
- B) Resolución de problemas
- C) Plataforma/redes
- D) Co-creación

Preguntas a responder:

- **¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?**
- **¿Y los canales de comunicación y distribución?**
- **¿Y nuestra relación con los clientes?**
- **¿Y los flujos de ingresos?**