

EL MODELO CANVAS – GUÍA DE TRABAJO

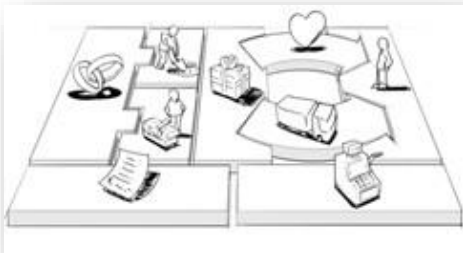
Ejemplo práctico y algunas preguntas para elaborar el Modelo de Negocio

Caso NESPRESSO

PROPUESTA DE VALOR: La proposición de valor de Nespresso es clara: “el mejor café que puedas tomar, en tu casa”

CLIENTES: Nespresso se dirige principalmente a dos perfiles: Por un lado a uno de un perfil adquisitivo medio-alto y por otra parte a un usuario de empresa/profesional

CANAL: Para entregar ésta propuesta utiliza diversos canales: teléfono, tiendas físicas, por correo o internet.



RELACIONES CON EL CLIENTE: La relación, uno de los aspectos más clave, se gestiona a través del club Nespresso, que no sólo fideliza y premia periódicamente a sus clientes sino que es capaz de avisar a un cliente de forma proactiva cuando le toca hacer una limpieza de su cafetera.

INGRESOS: Los principales flujos de ingreso son dos: El principal viene de la venta de cápsulas (modelo de negocio carnada & anzuelo), mientras que un flujo inferior de ingresos viene de los fabricantes de cafeteras licenciarios de su tecnología)

RECURSOS: Para entregar éste modelo de negocio, los principales recursos que utiliza Nespresso son el de la logística, la producción de las cápsulas y la publicidad.

ACTIVIDADES: Las actividades que consumen dichos recursos son las fabriles (producción de cápsulas), la I+D y la gestión del club Nespresso.

ALIANZAS: La alianza más relevante que tiene la compañía es con diversos fabricantes de cafeteras (Krupps...etc).

COSTOS: La estructura de costos que soporta el modelo de negocio tiene 3 elementos clave: costo del marketing y publicidad, costo de la producción y costo de la logística.

EI CANVAS DE NESPRESSO



EL MODELO CANVAS – GUÍA DE TRABAJO

Ejemplo práctico y algunas preguntas para elaborar el Modelo de Negocio

Algunas preguntas para ayudar a construir el Modelo de Negocio

Clientes

- ¿Para quién estamos creando valor?
- ¿Cómo los segmentamos o agrupamos?
- ¿Cuáles son los más rentables?

Oferta

- ¿Qué ofrecemos a los Clientes?
- ¿Cuáles son los atributos característicos de nuestra propuesta de valor?
- ¿Qué productos y/o servicios ofrecemos a cada segmento de Clientes?

Relaciones con el cliente

- ¿Cómo es el modo de relación que utilizamos para vincularnos con nuestros Clientes?
 - Asistencia personal
 - Asistencia personal dedicada
 - Autoservicio
 - Servicios automatizados
 - Comunidades
 - Co-creación

	Segmento A	Segmento B	Segmento C	Segmento D
Asistencia personal				
Asistencia personal dedicada				
Autoservicio				
Servicios automatizados				
Comunidades				
Co-creación				

Canales

- ¿A través de qué canales hacemos llegar nuestra oferta a los segmentos de Clientes y cuál es su alcance? De 1 a 6, pueden seleccionar varias opciones por canal o ninguna.

	Ninguna (1)	Conciencia (2)	Evaluación (3)	Compra (4)	Entrega (5)	Pos venta (6)
Fuerza de ventas						
Ventas por Web						
Tiendas propias						
Tiendas asociadas						
Mayoristas						

Actividades clave

- ¿Qué actividades o procesos son necesarios para que nuestra oferta exista?
- ¿Qué actividades o procesos son necesarios para el funcionamiento de nuestros canales de distribución?
- ¿Qué actividades o procesos son necesarios para crear y mantener los vínculos con los Clientes?

Recursos clave

- ¿Qué recursos físicos, intelectuales, humanos o financieros son necesarios para que nuestra oferta exista?
- ¿Qué recursos físicos, intelectuales, humanos o financieros son necesarios para el funcionamiento de nuestros canales de distribución?
- ¿Qué recursos físicos, intelectuales, humanos o financieros son necesarios para mantener nuestras relaciones con los Clientes?

EL MODELO CANVAS – GUÍA DE TRABAJO

Ejemplo práctico y algunas preguntas para elaborar el Modelo de Negocio

Asociaciones clave

- ¿Quiénes son nuestros socios clave?
- ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?
- ¿Qué **recursos** clave estamos adquiriendo de nuestros socios?
- ¿Qué **actividades** clave desempeñan nuestros socios?