

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?
 Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
 Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
 Optimización y economía Reducir riesgo e incertidumbre
 Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
 Nuestros canales?
 Nuestras relaciones con los clientes?
 Nuestras fuentes de ingresos?

categorías
 Producción
 Solución de problemas
 Plataformas / Red

Ofrecer capacitación con personal idóneo y dispuesto a brindar asesoramiento para guiar, sugerir, realizar las tareas necesarias durante la actividad.
 Estrategias para reducir costos de producción y asesoramiento en marketing para comercialización.
 Dando a conocer los beneficios de productos elaborados en la comarca propiciando su consumo para una vida mas saludable

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
 nuestros canales?
 nuestras relaciones con los clientes?
 nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos
 Físicos
 Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
 Humanos
 Financieros

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
 Cual problema estamos ayudando a resolver?
 Cual necesidad estamos satisfaciendo?
 Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Novedad
 Desempeño
 Personalización
 "Ayuda a hacer el trabajo"
 Cliente
 Marca/Status
 Precio
 Reducción de Costos
 Reducción de Riesgos
 Accesibilidad Conveniencia / Usabilidad

Generar conciencia de compra local del producto fresco, potenciando la marca **Consumo local** "Producido en Los Antiguos"
 Ayudamos a generar un ingreso adicional con venta de excedente mas allá del consumo en fresco.
 Sostenibilidad y respeto por el medio ambiente economizando en packagin, evitando intermediarios obtendríamos mas calidad de producto con menor costo.
 Es una manera de lograr valor agregado a productos naturales, reivindicando nuestros valores culturales y el amor a la tierra.

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
 Que relaciones hemos establecido?
 Cuan costosas son?
 Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos
 Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio
 Servicios Automatizados Comunidades

Canales



A traves de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
 Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor?
 Cuales son los mas rentables?
 Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

etapas del canal:
 1. Crear conciencia
 Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como sabemos si que nuestros clientes evalúan nuestra propuesta de valor?
 3. Compra
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
 4. Entrega Como proveemos servicio Post venta?
 Como sabemos entregando la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta

Segmentos De Clientes



Para quién estamos creando valor?
 Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo Nichos de mercado
 Segmentado Diversificado Plataforma múltiple

Todos los habitantes y comerciantes de la comarca de Los Antiguos.
 Haciendo especial hincapié en las familias.
 Oportunamente a los turistas, visitantes y otras localidad de nuestra provincia.

Estructura De Costos



Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
 Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es mas:
 Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing/ Enfocado al valor/
 Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium

Ejemplo de características:
 Costos fijos (Salarios, rentas, Utilidades) Costos Variables
 Economías de escala Economías de alcance

Fuente De Ingresos



Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
 Actualmente por que se paga?
 Como están pagando?
 Como prefieren pagar?
 Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:
 Venta de activo
 Cargo por uso
 Cargo por suscripción
 Cargo de cometaje
 Publicidad
 Precios fijo
 Lista de precios
 Según características
 Dependiendo del segmento
 Dependiendo del volumen
 Precios dinámicos
 Negociación
 Gestión del rendimiento
 Mercado en tiempo real
 Préstamo/Alquiler/Arrendamiento
 Subastas
 Licenciamiento

Ventas de alimentos, pagos por servicios, marketing (publicidad y venta en redes sociales), insumos para iniciar la producción, poder acceder a un espacio físico para venta, exposición de productos