

Getxo >MEETING<



4 de marzo

Tu negocio es un ente vivo. Tu modelo de negocio también.

Algunas claves de lo trabajado en la sesión del 4 de marzo en Getxo MEETING:

El Canvas de Olsterwalder es una plantilla que sirve para reflejar los apartados que tiene tu negocio. Dichos apartados son cambiantes y están en interrelación. Es muy conocida por hacer simple algo que puede parecer muy complejo.

Sirve para reflejar el modelo de negocio inicial o revisar cómo ha cambiado a lo largo del tiempo, o bien de forma drástica por circunstancias externas.

Un negocio tiene vida propia. Muchas veces crece sin que apenas nos demos cuenta, porque verlo día a día nos hace carecer de perspectiva. A veces comienzan a llegar clientes/as por canales de venta distintos a los inicialmente planificados, o nos damos cuenta de que, gracias a haber completado los distintos apartados, no existe coherencia en algún tema: Imagina que el tipo de cliente/a que te genera más ingresos no aparece por ningún lado en la estrategia de comunicación.

Por eso, revisar el modelo de negocio cada cierto tiempo es una buena práctica. Porque sirve para tomar conciencia de la coherencia de tus acciones en tu día a día. Y para entender cómo y hacia dónde está evolucionando el negocio.

En la imagen, un resumen de los distintos apartados, con las preguntas clave para cada tema a tratar.

Hay que entender que entre distintos apartados debe haber una interconexión. Imagina, por tanto, este panel como un circuito que está cableado por detrás. Tu propuesta de valor (1) debe estar alineada con tu clientela (3), y a su vez ésta tiene que verse reflejada en los canales (5) por los que la gente te conoce.

Del mismo modo, tus recursos clave (1) han de estar en coherencia con tu propuesta de valor (4) y quizás ahí descubras cosas interesantes que pueden cambiar tu forma de relacionarte con tu clientela (6). Un ejemplo: entre tus recursos clave (1) está un equipo de video de alta calidad, y entre tus habilidades la destreza para hablar a cámara. Pero quizás no lo estés utilizando para relacionarte con tu clientela (6) y estás perdiendo una oportunidad para atraer a tu público (5) de esta forma.

A veces algunas de las actividades clave (2) no generan ingresos (8) porque se hacen gratis como parte de la estrategia de venta o posventa. Pero, ¿quién dice que no puedan pasar en un futuro de ser un coste (9) a ser un ingreso (8) porque lo has convertido en un servicio por el que tu cliente/a (3) desearía pagar?

Como decíamos, tu empresa es como un árbol. Un ente vivo que hay que podar, abonar, ponerle guías para que no se desvíe y pueda dar lo mejor de sí.

En la imagen, el canvas de la plantilla Mural. Pero hay otros muchos canvas editables gratuitos en internet.

