

Transcripcions en espanyol i català

Modelo Canvas | Cómo aplicar el modelo Canvas en el lienzo | Ejemplo práctico

Saludos a toda la comunidad de Trabajar desde casa. Bienvenidos a un vídeo más. En esta ocasión vamos a explicar qué es el modelo Canvas y cómo podemos diseñar un plan de negocio en cinco minutos.

«¿Qué es el Modelo Canvas?»

Comenzamos.

«<http://trabajardesdecasa.com/>»

«TRABAJAR DESDE CASA»

«¿Qué es el Modelo Canvas?»

¿Qué es el modelo Canvas?

«Forma rápida un modelo de negocio»

El modelo Canvas permite diseñar de forma rápida un modelo de negocio, permitiendo plasmar en una sola hoja toda tu idea. El modelo Canvas se compone de siete rectángulos, dos de ellos partidos por la mitad en forma de cuadrados. Voy a explicar qué son cada una de las casillas. La primera casilla es la propuesta de valor.

«Plasmar en una sola hoja tu idea»

«PROPUESTA DE VALOR»

Propuesta de valor no es sobre tu idea o producto. Se trata de qué problema o necesidad se resuelve. No tiene sentido hacer lo mismo que tus competidores: debes aportar valor a tu producto, debes hacer que se diferencie de la competencia, y en esta casilla debes plasmarlo todo. El siguiente paso es el segmento de mercado.

«SEGMENTOS DE CLIENTES»

Tus clientes no existen si no sabes quiénes son. Tienes que conocerlos geográficamente, demográficamente y socialmente. Debes detallar de la forma más exacta que puedas a qué tipo de personas va dirigido tu producto o tu servicio. Esto incluye edad, sexo, estudios, provincias, países... Todo. El siguiente paso son los canales.

«CANALES»

Debemos definir cómo conseguimos que nuestro producto llegue al cliente. Puede ser por medios físicos, por internet a través de dispositivos móviles o a través de una web de ventas. Debemos reflejar todos y cada uno de los canales por los cuales vamos a contactar con nuestros clientes. El siguiente paso es la relación con nuestros clientes.

«RELACIÓN CON CLIENTES»

Debemos tener claro cómo conseguiremos atraer a nuevos clientes, mantenerlos y hacerlos crecer. Aquí debemos escribir cuáles serán nuestras tácticas. De este punto, nos vamos a modelo de ingresos.

«FUENTE DE INGRESOS»

Cómo hacemos para monetizar nuestro producto o nuestro servicio. Qué valor ofrecemos a los clientes para que ellos paguen por él. Debemos especificar también los sistemas de pago que podemos aceptar para nuestro producto o servicio. Debemos especificar si es tarjeta, efectivo, contra reembolso, etc. El siguiente punto son los recursos clave.

«RECURSOS CLAVE»

Aquí debemos preguntarnos cuáles son los elementos más importantes que necesitamos para que nuestro modelo de negocio funcione. Esto incluye elementos financieros, elementos físicos, elementos intelectuales e incluso humanos. La siguiente casilla corresponde a la de actividades clave.

«ACTIVIDADES CLAVE»

Debemos identificar qué cosas más importantes ofrece nuestra compañía para hacer que el modelo de negocio funcione. Algunos ejemplos son producción, solución de problemas, consultoría, ingeniería, gestión de suministros... Debemos identificar qué actividades clave son necesarias para que la empresa empiece a ingresar dinero. Completamos la parte superior izquierda con socios clave.

«SOCIOS CLAVE»

¿Cuáles son los principales socios y suministradores que necesitamos para conseguir que el modelo de negocio funcione? Debemos identificar cuáles son nuestros proveedores clave para que todo el sistema de negocio funcione y sea sostenible. ¿Qué productos nos van a suministrar? ¿Qué necesitamos de ellos para arrancar? Por último, nos vamos a la estructura de costes.

«ESTRUCTURA DE COSTOS»

Cuáles son los costes necesarios para poder arrancar. Debemos identificar los recursos con los costes más altos, las actividades principales que supongan el mayor costo, costes fijos, costes variables, economía de escala, impuestos... Todo debe quedar reflejado en esta casilla.

Como podéis ver, ya hemos completado el modelo de negocio Canvas. Hacer un primer borrador solo o con tus socios no te llevará más de cinco minutos. Para que quede todo bien claro, vamos a poner un ejemplo de una tienda de ropa *online*.

«TIENDA DE ROPA ONLINE»

Se trata de una tienda de ropa deportiva. Vamos a utilizar el modelo Canvas para ver si es viable este modelo de negocio. Comenzamos por propuesta de valor, que es la casilla que está justo en medio.

«PROPUESTA DE VALOR»

El principal valor de nuestra tienda *online* es una buena atención preventa y post venta.

«BUENA ASISTENCIA PREVENTA Y POSTVENTA»

Vamos a dar seguridad al cliente. Va a tener una buena atención pre y post venta. Luego va a poder ver toda la ropa *online* sin moverse de su casa.

«COMODIDAD»

Vamos a ofrecer comodidad. Dado que es una tienda *online* y que es temática deportiva, pensamos que nuestro *target*, nuestro público objetivo comprende las edades entre dieciséis y cincuenta años con un perfil deportista y que se maneja con las nuevas tecnologías.

«SEGUIMIENTO DE CLIENTES»

«PERSONAS CON EDADES ENTRE LOS 16 Y 50 AÑOS»

También estamos abiertos a ofrecer nuestra mercancía a tiendas. Podemos vender nuestra ropa al por mayor a cualquier tienda de cualquier país o cualquier provincia, no hay ningún problema.

«EMPRESAS DE CUALQUIER ÁMBITO GEOGRÁFICO»

Conociendo nuestra propuesta de valor y nuestro público objetivo, tenemos que ver con qué canales captamos clientes.

«CANALES»

Como es una tienda *online*, pues evidentemente por la web, por redes sociales, por teléfono y por correo electrónico.

«WEB RRSS TELÉFONO E-MAIL»

¿Y cómo vamos a fidelizar a nuestros clientes? ¿Cómo vamos a conseguir que vuelvan a la tienda a comprar más?

«RELACIÓN CON CLIENTES»

Ofreciendo un trato rápido y eficaz y garantizando un servicio perfecto de preventa y postventa.

«TRATO RÁPIDO Y EFICAZ»

El cliente que contacte con nosotros sabe que va a hablar con un experto y que le van a asesorar de una manera honesta qué producto debe comprar.

«SERVICIO PREVENTA Y POSTVENTA ADECUADO»

Una vez completada toda la parte superior derecha, vamos a la fuente de ingresos para completar la parte derecha entera.

«FUENTE DE INGRESOS»

Al ser una tienda *online*, podemos ofrecer la ropa a un precio más económico, y dado nuestro perfil de cliente, podemos cobrar por PayPal, tarjeta o transferencia bancaria.

«PAYPAL TARJETA TRANSFERENCIA BANCARIA»

Comenzamos la parte izquierda con la casilla de recursos clave.

«RECURSOS CLAVE»

Esta casilla es muy importante y podemos diferenciar cuatro áreas: la primera es que necesitamos un profesional, y ese profesional, pues es el encargado de mantenimiento de la web, es el encargado de resolver los problemas técnicos y de actualizar los productos.

«PERSONAL
-PROFESIONAL ENCARGADO DE LA WEB»

El personal encargado podemos ser nosotros mismos o pagar a una persona externa para que lo haga. El siguiente punto es la infraestructura. Para poder ofrecer la ropa más barata debemos hacer compras con mucho volumen y necesitamos un almacén.

«INFRAESTRUCTURA»

También necesitamos el canal de venta que, en este caso, pues es la web, así que debemos especificarlo: web y local.

«WEB
LOCAL»

Otra parte vital es el capital que vamos a aportar.

«CAPITAL»

Sin ese dinero no podemos tener *stock*, pues en este caso son las aportaciones de los socios o, si la montas en solitario, pues tu aportación inicial.

«APORTACIÓN DE LOS SOCIOS»

Y luego está la parte tecnológica que, al ser una tienda *online*, si no estuvieran estos elementos, no funcionaría nada.

Pues está el dominio, el *hosting*, el wifi, ... Todo.

«TECNOLOGÍA»

«DOMINIO
HOSTING
WIFI»

¿Y cuál va a ser nuestra actividad clave? ¿Sobre qué se basa todo este negocio?

«ACTIVIDADES CLAVE»

Pues muy sencillo: vamos a jugar el papel de intermediario entre los mayoristas y el consumidor final. Hablando en plata, vamos a comprar barato para luego vender caro.

«INTERMEDIARIO ENTRE LAS EMPRESAS DE MODA Y EL CONSUMIDOR FINAL»

Y la siguiente actividad clave para que el negocio sea sostenible es que vamos a poner en contacto al cliente con nuestros productos a través de la página web, como ya hemos especificado. Resumiendo, las dos actividades clave son comprar al mayorista, almacenarlo y, del almacén, vendérselo al cliente. Estas son nuestras actividades clave.

«PONER EN CONTACTO AL CONSUMIDOR FINAL Y EL PRODUCTO A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGINA WEB»

Y para que todo esto sea posible, necesitamos unos buenos socios.

«SOCIOS CLAVE»

En este caso, nuestros mejores socios van a ser nuestros proveedores de ropa. Debemos hacer una selección de marcas de ropa que sabemos que van a encajar en el mercado. Esto incluye pues a los pesos pesados de la ropa deportiva: Nike, Adidas, Puma y Reebok.

«ROPA DE DEPORTE:

-NIKE.

-ADIDAS.

-PUMA.

-REEBOK.»

Y para completar la parte izquierda y todo el lienzo Canvas, nos vamos a la estructura de costes.

«ESTRUCTURA DE COSTES»

Aquí debemos pensar en qué se nos va el dinero para que todos los engranajes de la empresa funcionen. Como ya hemos dicho que nuestro punto fuerte es la parte tecnológica al ser una tienda *online*, pues debemos pagar al diseñador web, al programador web, pagar el dominio y el *hosting*. También debemos tener presente el pedido mínimo a los proveedores para que toda la ropa deportiva salga rentable y podamos ofrecer un precio competitivo.

«-DISEÑADOR WEB, PROGRAMADOR WEB, DOMINIO, HOSTING, BASE DE DATOS
PEDIDO MÍNIMO A LOS PROVEEDORES»

Debemos añadir los gastos de gestión para que nos lleven todo el papeleo y debemos añadir también los impuestos necesarios para poder desempeñar esta actividad.

«GESTORÍA
IMPUESTOS»

Bueno, pues como veis, ya tenemos nuestro modelo Canvas completado. Hemos empezado por propuesta de valor, hemos seguido por segmento de clientes. Hemos hecho la parte de canales de distribución, relación con los clientes, fuente de ingresos, hemos seguido por recursos clave, luego hemos pasado a las actividades clave, los socios clave y, por último, la estructura de costes. La ventaja del modelo Canvas es que se tarda cinco minutos en hacer un primer borrador y tenemos un plan de negocios en un solo vistazo. Así, podemos visualizar en conjunto y modificar las partes que creamos convenientes.

«VISUALIZAR EN CONJUNTO
A4
A3
A2»

Podéis descargar el modelo Canvas en vuestro ordenador, podéis imprimirlo en A4, en A3 e incluso en A2. Para no tener que estar imprimiendo modelos Canvas cada dos por tres, pues podéis utilizar Post-it, que es la forma más común para hacer este modelo de negocio. Y para descargar el modelo Canvas totalmente gratis, debéis visitar trabajardesdecasasi.com/modelo-canvas y ahí encontraréis el lienzo en blanco en alta resolución para que lo podáis imprimir o bien completar desde vuestro ordenador.

«Descargar Modelo Canvas Gratis
<http://trabajardesdecasasi.com/modelo-canvas>»

Si eres empresario, microempresario o estás desarrollando una idea de negocio para alcanzar la libertad financiera, suscríbete al canal y visita trabajardesdecasasi.com

«Subscribe
Visita
<http://trabajardesdecasasi.com> »

Recuerda, no busques trabajo, créalo.

«No busques trabajo, créalo.»

«Te puede interesar...

A qué hora se despiertan las personas exitosas

Las mejores frases de Robert Kiyosaki»

Model Canvas | Com aplicar el model Canvas al llenç| Exemple pràctic

Una salutació a tota la comunitat de Trabajar desde casa. Benvinguts a un nou vídeo. En aquesta ocasió us explicarem què és el model Canvas i com podem dissenyar un pla de negoci en cinc minuts.

«Què és el Model Canvas?»

Comencem.

«<http://trabajardesdecasa.com/>»

«TRABAJAR DESDE CASA»

«Què és el model Canvas?»

Què és el model Canvas?

«Forma ràpida un model de negoci»

El model Canvas permet dissenyar de forma ràpida un model de negoci, de manera que et permet plasmar en un sol full la teva idea. El model Canvas es compon de set rectangles, dos d'ells partits per la meitat en forma de quadrats. Explicaré què són cadascuna de les caselles. La primera casella és la proposta de valor.

«Plasmar en un sol full la teva idea»

«PROPOSTA DE VALOR»

La proposta de valor no és sobre la teva idea o producte. Es tracta de quin problema o necessitat es resol. No té cap sentit fer el mateix que els teus competidors: has d'aportar valor al teu producte, has de fer que es diferenciï de la competència i en aquesta casella ho has de plasmar tot. El pas següent és el segment del mercat.

«SEGMENTS DE CLIENTS»

Els teus clients no existeixen si no saps qui són. Has de conèixer-los geogràficament, demogràficament i socialment. Has de detallar de la manera més exacta possible a quin tipus de persones va dirigit el teu producte o servei. Això inclou l'edat, sexe, estudis, províncies, països... Tot. El pas següent són els canals.

«CANALS»

Hem de definir com aconseguim que el nostre producte arribi al client. Pot ser per mitjans físics, per Internet a través de dispositius mòbils o a través d'un web de vendes. Hem de reflectir tots i cadascun dels canals mitjançant els quals contactarem amb els nostres clients. El següent pas és la redacció amb els nostres clients.

«RELACIÓ AMB CLIENTS»

Hem de tenir clar com aconseguirem atreure nous clients, mantenir-los i fer-los créixer. Aquí hem d'escriure quines seran les nostres tàctiques. D'aquest punt passarem al model d'ingressos.

«FONT D'INGRESSOS»

Com ho fem per monetitzar el nostre producte o el nostre servei. Quin valor oferim als clients perquè ells paguin pel producte. Hem d'especificar també els sistemes de pagament que podem acceptar per al nostre producte o servei. Hem d'especificar si és amb targeta, efectiu, contra reemborsament, etc. El punt següent són els recursos clau.

«RECURSOS CLAU»

Aquí hem de preguntar-nos quins són els elements més importants que necessitem perquè el nostre model de negoci funcioni. Això inclou elements financers, elements físics, elements intel·lectuals i fins i tot humans. La següent casella correspon a la d'activitats clau.

«ACTIVITATS CLAU»

Hem d'identificar quines coses més importants ofereix la nostra companyia per fer que el model de negoci funcioni. Alguns exemples són producció, solució de problemes, consultoria, enginyeria, gestió de subministraments... Hem d'identificar quines activitats clau són necessàries perquè l'empresa comenci a ingressar diners. Emplenem la part superior esquerra amb socis clau.

«SOCIS CLAU»

Quins són els principals socis i subministradors que necessitem per aconseguir que el model de negoci funcioni? Hem d'identificar quins són els nostres proveïdors clau perquè tot el sistema de negoci funcioni i sigui sostenible. Quins productes ens subministraran? Què necessitem d'ells per arrencar? Per acabar, passarem a l'estructura de costs.

«ESTRUCTURA DE COSTS»

Quins són els costos necessaris per poder arrencar. Hem d'identificar els recursos amb els costos més alts, les activitats principals que suposin el cost més elevat, costos fixos, costos variables, economia d'escala, impostos... Tot ha de quedar reflectit en aquesta casella.

Com podeu veure, ja hem emplenat el model de negoci Canvas. Fer un primer esborrany sol o amb els teus socis no et suposarà més de cíníc minuts. Perquè quedi tot ben clar, posarem un exemple d'una tenda de roba *online*.

«TENDA DE ROBA *ONLINE*»

Es tracta d'una tenda de roba esportiva. Utilitzarem el model Canvas per veure si és viable aquest model de negoci. Comencem amb la proposta de valor, que és la casella que hi ha just al mig.

«PROPOSTA DE VALOR»

El principal valor de la nostra tenda *online* és una bona atenció prevenda i postvenda.

«BONA ASSISTÈNCIA PREVENDA I POSTVENDA»

Donarem seguretat al client. Tindrà una bona atenció prevenda i postvenda. Després podrà veure tota la roba *online* sense moure's de casa.

«COMODITAT»

Oferirem comoditat. Com que és una tenda *online* i que és temàtica esportiva, pensem que el nostre *target*, el nostre públic objectiu està comprès entre els setze i els cinquanta anys amb un perfil esportista i que domina les noves tecnologies.

«SEGUIMENT DE CLIENTS»

«PERSONES AMB EDATS ENTRE ELS 16 I 50 ANYS»

També estem oberts a oferir la nostra mercaderia a tendes. Podem vendre la nostra roba a l'engròs a qualsevol tenda de qualsevol país o qualsevol província, no hi ha cap problema.

«EMPRESSES DE QUALSEVOL ÀMBIT GEOGRÀFIC»

Coneixent la nostra proposta de valor i el nostre públic objectiu, hem de veure amb quins canals captem clients.

«CANALS»

Com que és una tenda *online*, evidentment a través del web, les xarxes socials, el telèfon i el correu electrònic.

«WEB
XARXES SOCIALS
TELÈFON
E-MAIL»

I com fidelitzarem els nostres clients? Com aconseguirem que tornin a la tenda per der més compres?

«RELACIÓ AMB CLIENTS»

Oferint un tracte ràpid i eficaç i garantint un servei perfecte de prevenda i de postvenda.

«TRACTE RÀPID I EFICAÇ»

El client que contacti amb nosaltres sap que parlarà amb un expert i que l'assessorarà d'una manera honesta per comprar el producte que necessita.

«SERVEI PREVENDA I POSTVENDA ADIENT»

Un cop emplenada tota la part superior dreta, passarem a la font d'ingressos per emplenar tota la part dreta.

«FONT D'INGRESSOS»

En ser una tenda *online*, podem oferir la roba a un preu més econòmic, i segons el nostre perfil de client, podem cobrar amb PayPal, targeta o transferència bancària.

«PAYPAL
TARGETA
TRANSFERÈNCIA BANCÀRIA»

Comencem la part esquerra amb la casella de recursos clau.

«RECURSOS CLAU»

Aquesta casella és molt important i podem diferenciar-hi quatre àrees: la primera és que necessitem un professional, i aquest professional és l'encarregat de manteniment del web, l'encarregat de resoldre els problemes tècnics i d'actualitzar els productes.

«PERSONAL
-PROFESSIONAL ENCARREGAT DE LA WEB»

El personal encarregat podem ser nosaltres mateixos o pagar una persona externa perquè ho faci. El següent punt és la infraestructura. Per poder oferir la roba més barata hem de fer un gran volum de compres i necessitem un magatzem.

«INFRAESTRUCTURA»

També necessitem el canal de venda que, en aquest cas, és el web. Per tant, hem d'especificar-ho: web i local.

«WEB
LOCAL»

Una altra part vital és el capital que aportarem.

«CAPITAL»

Sense aquests diners no podem tenir *stock*, ja que en aquest cas són les aportacions dels socis o, si la muntem en solitari, la teva aportació inicial.

«APORTACIÓ DELS SOCIS»

I després hi ha la part tecnològica que, en ser una tenda *online*, si no hi hagués aquests elements, no funcionaria res. Hi ha el domini, el *hosting*, el wifi, ... Tot.

«TECNOLOGIA»

«DOMINI
HOSTING
WIFI»

I quina serà la nostra activitat clau? Sobre què es basa tot aquest negoci?

«ACTIVITATS CLAU »

És molt senzill: farem el paper d'intermediari entre els majoristes i el consumidor final. Parlant clar, comprarem barat per després vendre car.

«INTERMEDIARI ENTRE LES EMPRESES DE MODA I EL CONSUMIDOR FINAL»

I l'activitat clau següent perquè el negoci sigui sostenible és el fet de posar en contacte el client amb els nostres productes a través de la pàgina web, com ja hem especificat.

En resum, les dues activitats clau són comprar a l'engròs, emmagatzemar-ho i, del magatzem, vendre-ho al client. Aquestes són les nostres activitats clau.

«POSAR EN CONTACTE EL CONSUMIDOR FINAL I EL PRODUCTE A TRAVÉS DE LA NOSTRA PÀGINA WEB»

I perquè tot això sigui possible, necessitem uns bons socis.

«SOCIS CLAU»

En aquest cas, els nostres millors socis seran els nostres proveïdors de roba. Hem de fer una selecció de marques de roba que sabem que encaixaran en el mercat. Això inclou els pesos pesants de la roba esportiva: Nike, Adidas, Puma i Reebok.

«ROBA D'ESPORT:

-NIKE.

-ADIDAS.

-PUMA.

-REEBOK.»

I per emplenar la part esquerra i tot el llenç Canvas, passarem a l'estructura de costos.

«ESTRUCTURA DE COSTS»

Aquí hem de pensar en què gastem els diners perquè tots els engranatges de l'empresa funcionin. Com que ja hem dit que el nostre punt fort és la part tecnològica perquè és una tenda *online*, hem de pagar el dissenyador web, el programador web, pagar el domini i el *hosting*. També hem de tenir present la comanda mínima als proveïdors perquè tota la roba esportiva surti rendible i puguem oferir un preu competitiu.

«-DISSENYADOR WEB, PROGRAMADOR WEB, DOMINI, HOSTING, BASE DE DADES, COMANDA MÍNIMA ALS PROVEÏDORS»

Hem d'afegir les despeses de gestoria perquè ens portin tota la paperassa i hem d'afegir també els impostos necessaris per poder realitzar aquesta activitat.

«GESTORIA
IMPOSTOS»

Bé, com veieu, ja tenim el nostre model Canvas emplenat. Hem començat per la proposta valor, hem seguit amb el segment de clients, hem fet la part de canals de distribució, relació amb els clients, font d'ingressos. Hem seguit amb els recursos clau, després hem passat a les activitats clau, els socis clau i, per acabar, l'estructura de costos. L'avantatge del model Canvas és que només calen cinc minuts per fer un primer

esborrany i tenim un pla de negocis d'una sola ullada. Així podem tenir una visió conjunta i modificar les parts que creguem convenients.

«VISUALITZAR EN CONJUNT

A4

A3

A2»

Podeu descarregar el model Canvas al vostre ordinador, podeu imprimir-lo en A4, A3 i fins i tot A2. Per no haver d'estar imprimint models Canvas cada dos per tres, podeu utilitzar Post-it, que és manera més comuna de fer aquest model de negoci. I per descarregar el model Canvas totalment gratis, heu de visitar trabajardesdecasasi.com/modelo-canvas i allà trobareu el llenç en blanc en alta resolució perquè el pugueu imprimir o bé emplenar des del vostre ordinador.

«Descarregar Model Canvas Gratis

<http://trabajardesdecasasi.com/modelo-canvas>»

Si ets empresari, microempresari o estàs desenvolupant una idea de negoci per aconseguir la llibertat financera, subscriu-te al canal i visita trabajardesdecasasi.com

«Subscriu-te

Visita

<http://trabajardesdecasasi.com> »

Recorda, no busquis feina, crea-la.

«No busquis feina, crea-la.»

«Et pot interessar...

A quina hora es desperten les persones exitoses

Les millors frases de Robert Kiyosaki»