

The Business Model Canvas

Designed for: RETENT

Key Partners

Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Resources are we acquiring from partners?



Key Activities

What Key Activities do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue streams?



Value Propositions

What value do we deliver to the customer?
Which one of our customer's problems are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each customer?
Which customer needs are we satisfying?



Customer Relationships

What type of relationships do we want our Customers to have with us?
What channels do we use to reach our Customers?
How are they engaged with us?
How costly are these relationships?

Modelo de Negocios

Taller CONCURSO IDEAS

PERMISSION FOR RETENT TEAM TO OPERATE ON CAMPSITE

BRAND OWNERSHIP

REDUCE THE LANDFILL COSTS

RETENT FACEBOOK & TWITTER

Aramis Rodríguez
Aramis.rodriguez@iesa.edu.ve

Edwin Ojeda
Edwin.ojeda@iesa.edu.ve





Edwin Ojeda

@EdwinOjeda

edwin.ojeda@iesa.edu.ve



Aramis Rodriguez

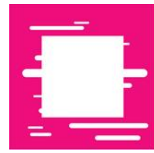
@RodriguezAramis

aramis.rodriguez@iesa.edu.ve





quirky®



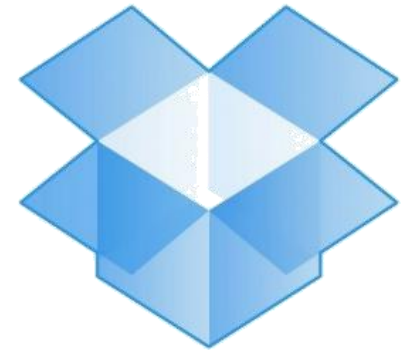
BIRCHBOX®



EVERNOTE



Travel like a human.



Dropbox



iTunes





quirky®



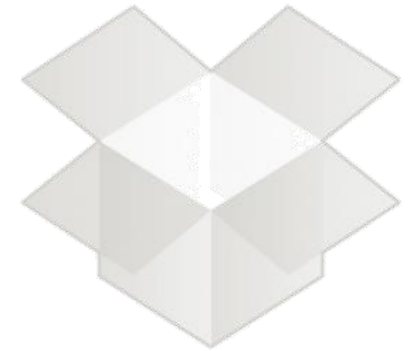
BIRCHBOX®



EVERNOTE



Travel like a human.



Dropbox



iTunes





BIRCHBOX®



EVERNOTE

¿Qué es un modelo de negocios?



iTunes

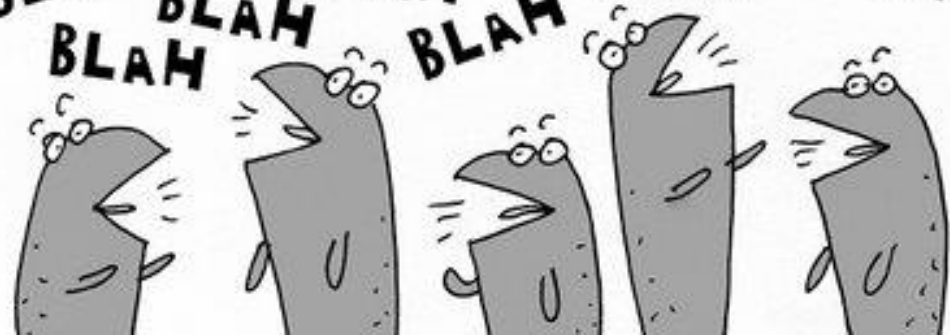


Dropbox

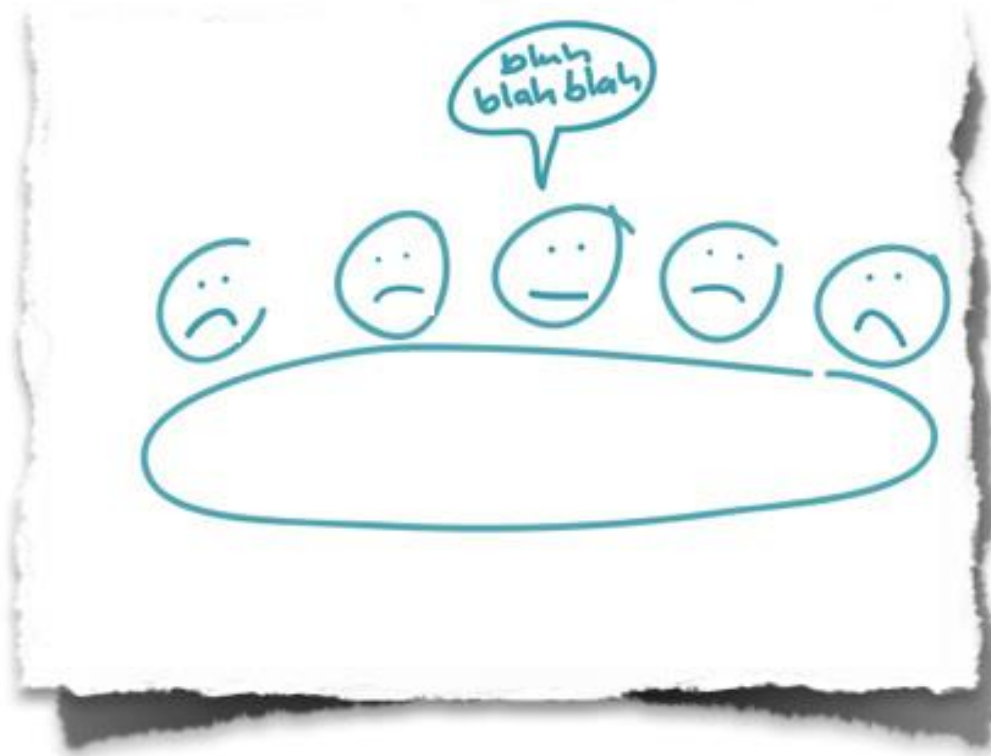
LinkedIn

Google™

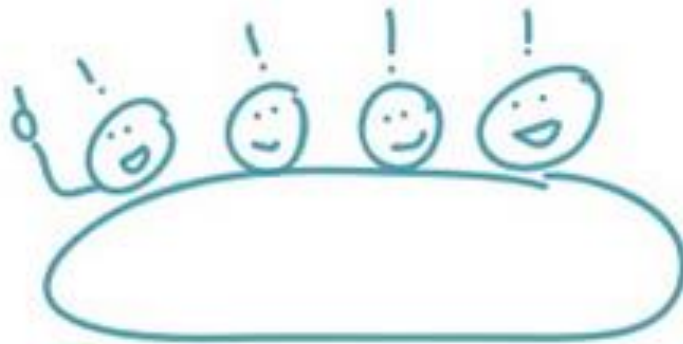
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH
BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH BLAH



**¿Cómo definir un modelo de negocio
sin caer en el **blah blah blah**?**

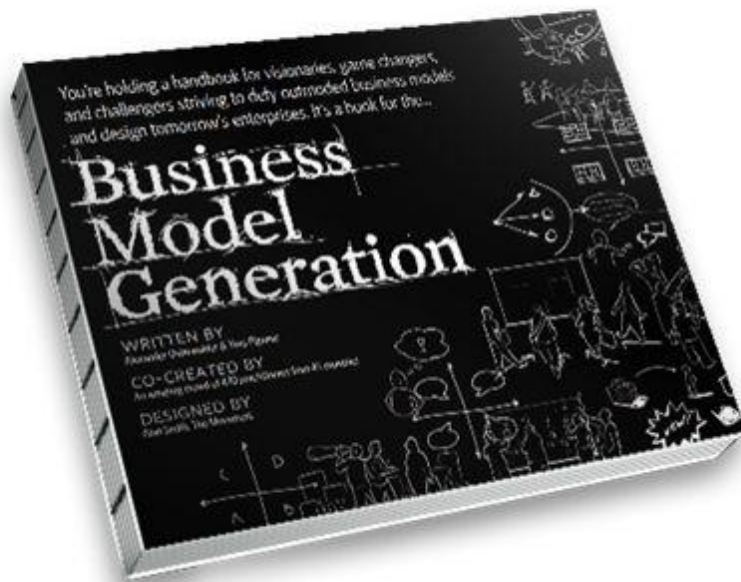


Mediante el Business Model
CANVAS

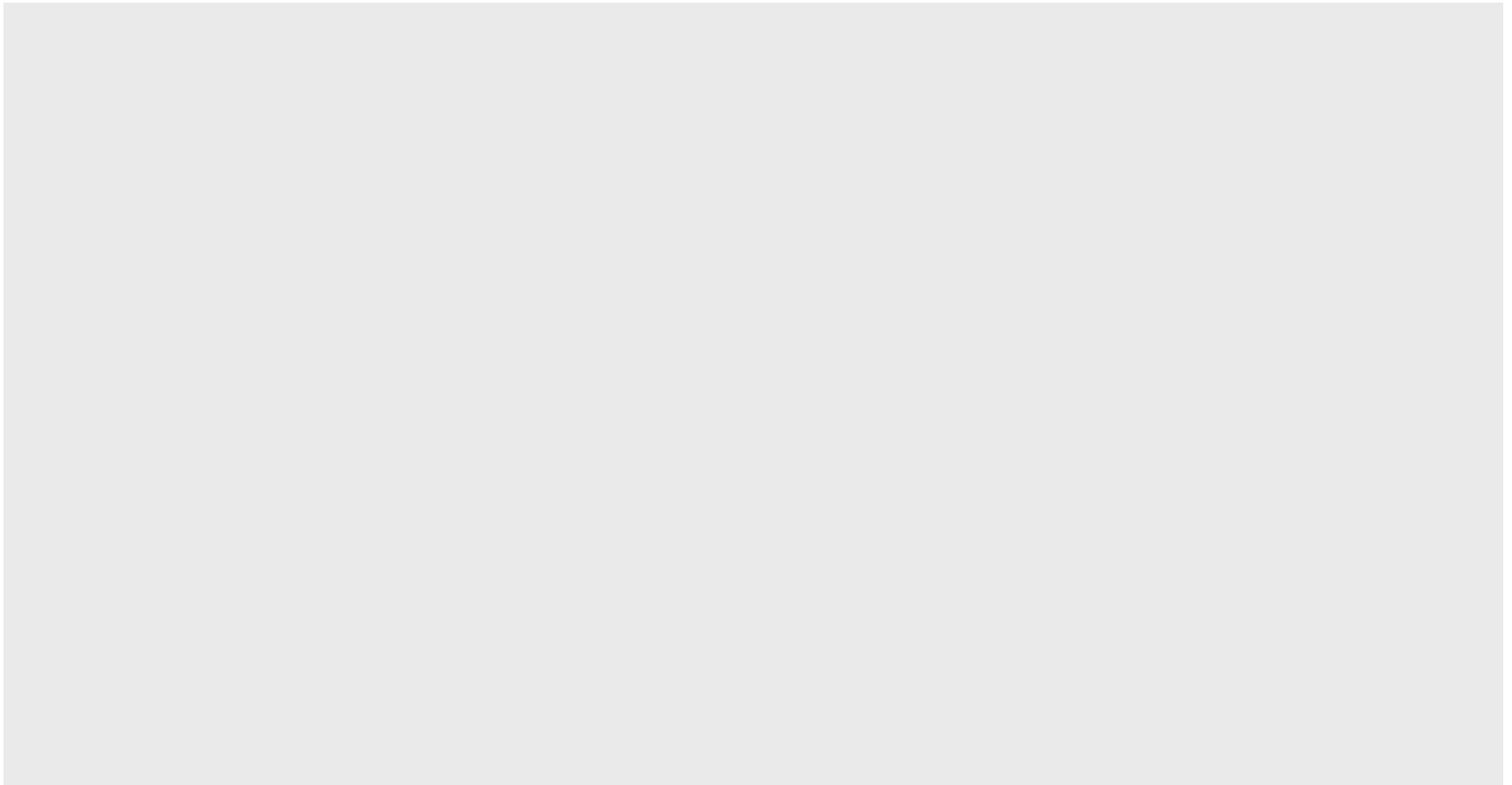




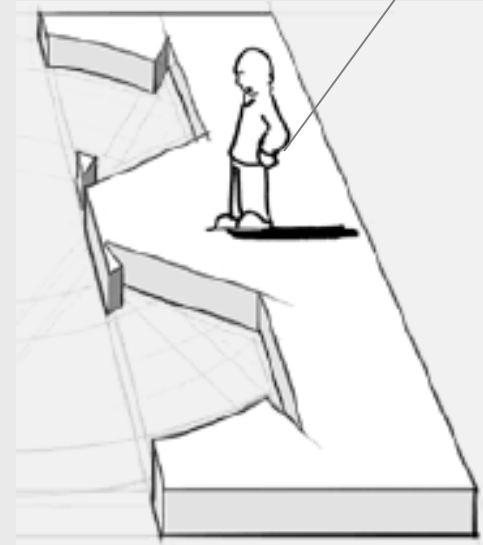
Alex Osterwalder



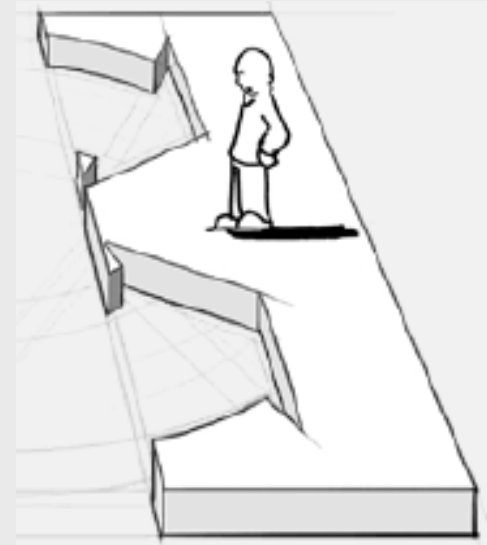
Todo modelo de negocio, bien sea de una empresa, una ONG, una fundación, un gobierno, de cualquier organización, se puede definir mediante 9 bloques básicos

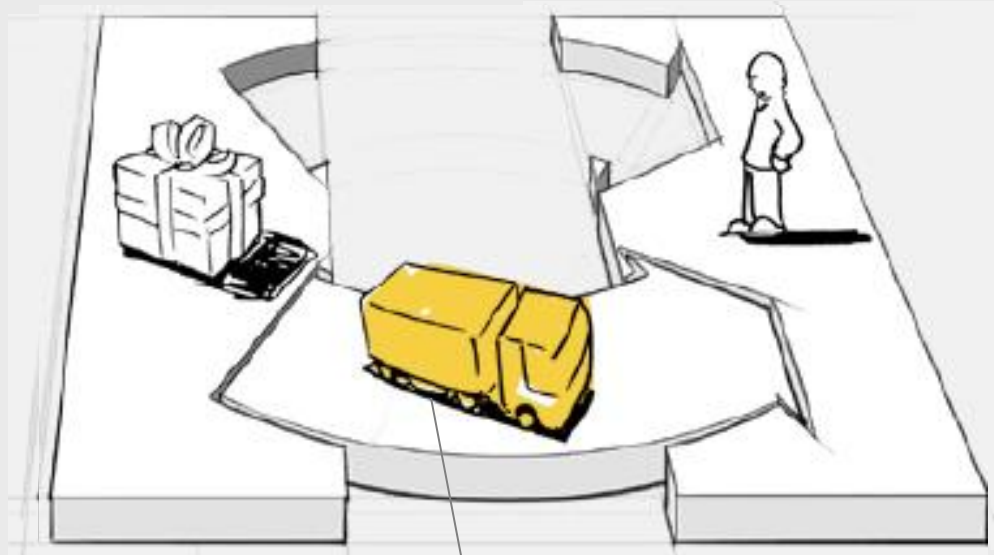


Segmentos de mercado



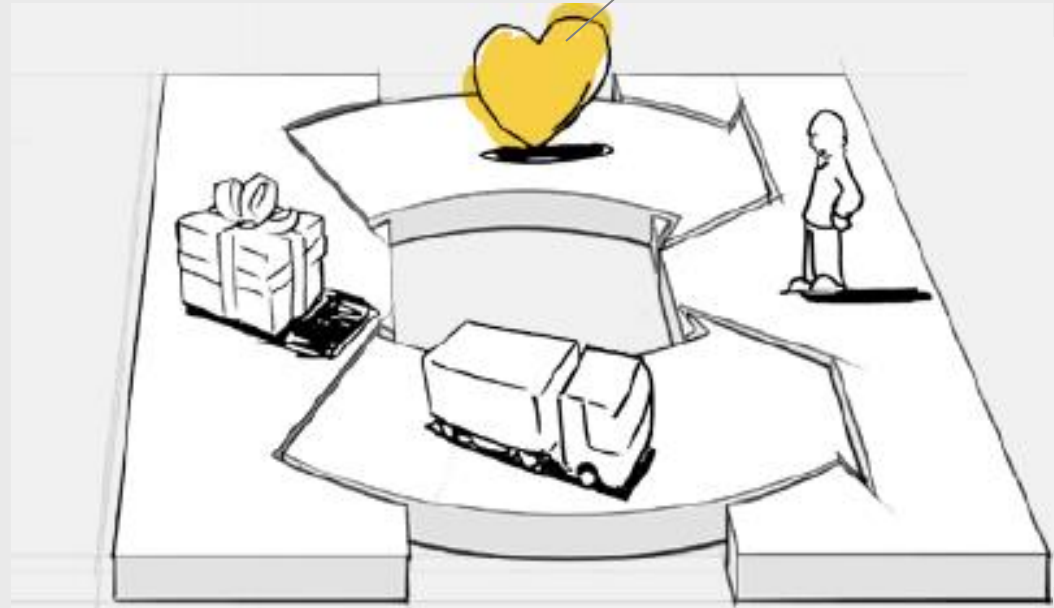
Propuesta de valor

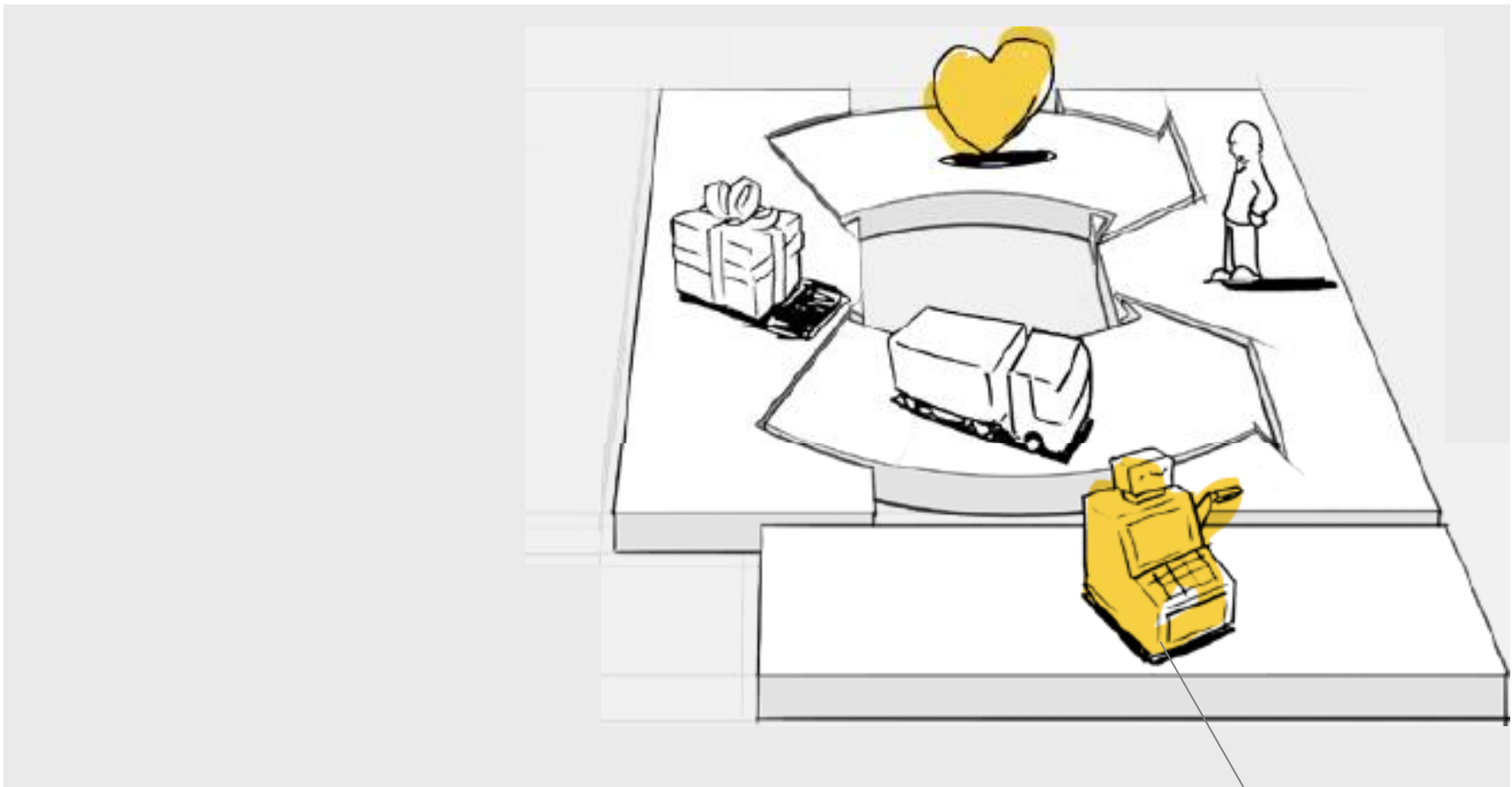




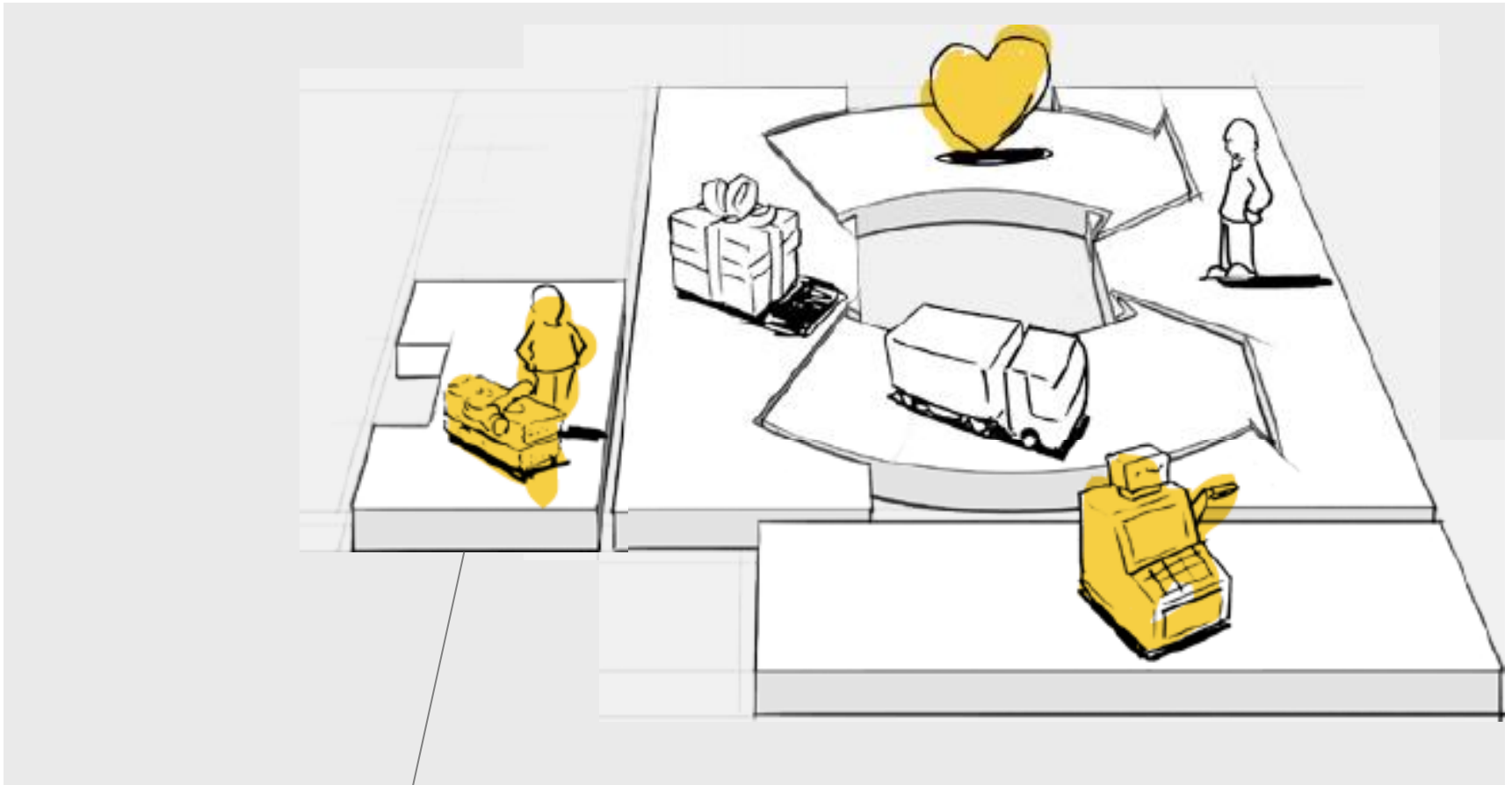
Canales

Relaciones



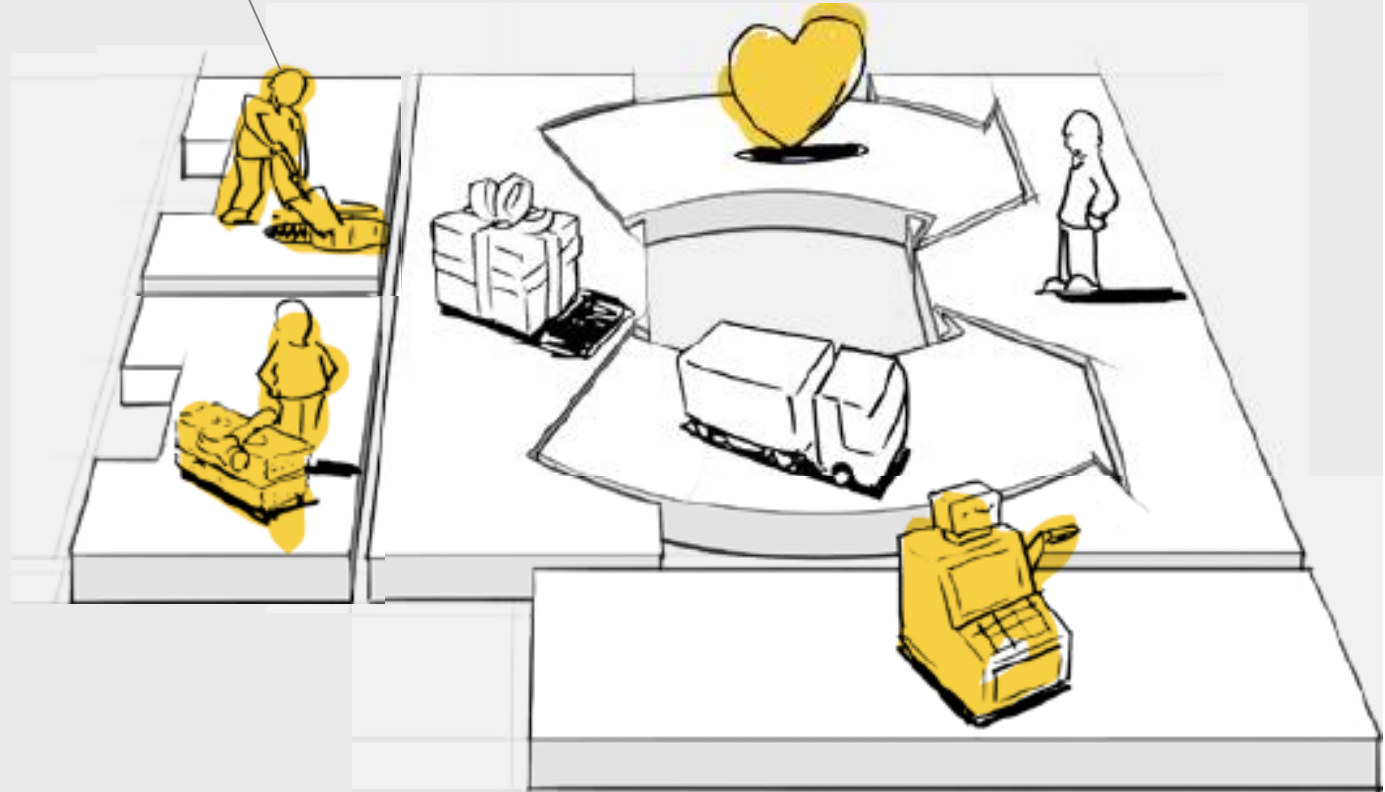


Flujos de ingresos

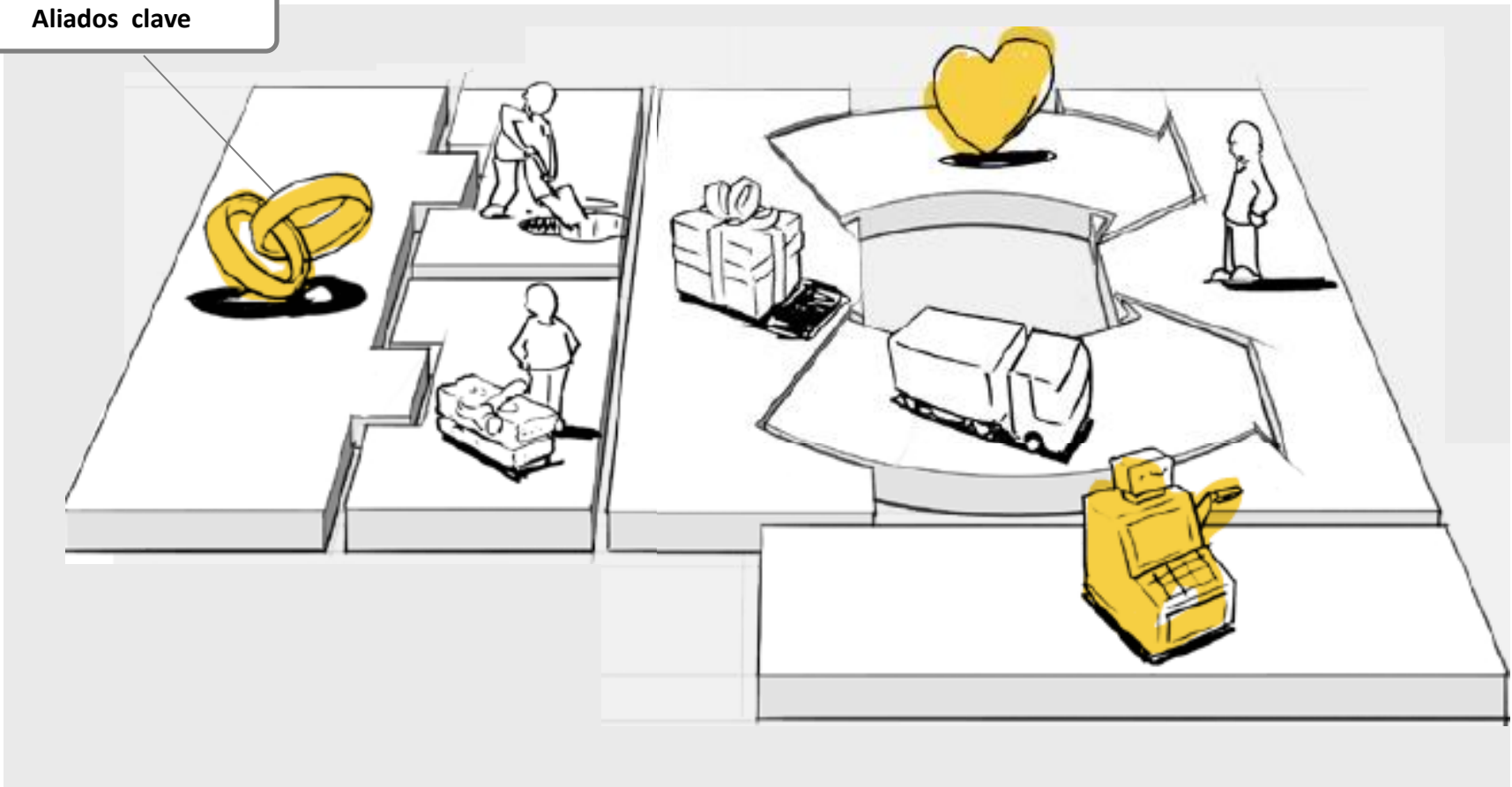


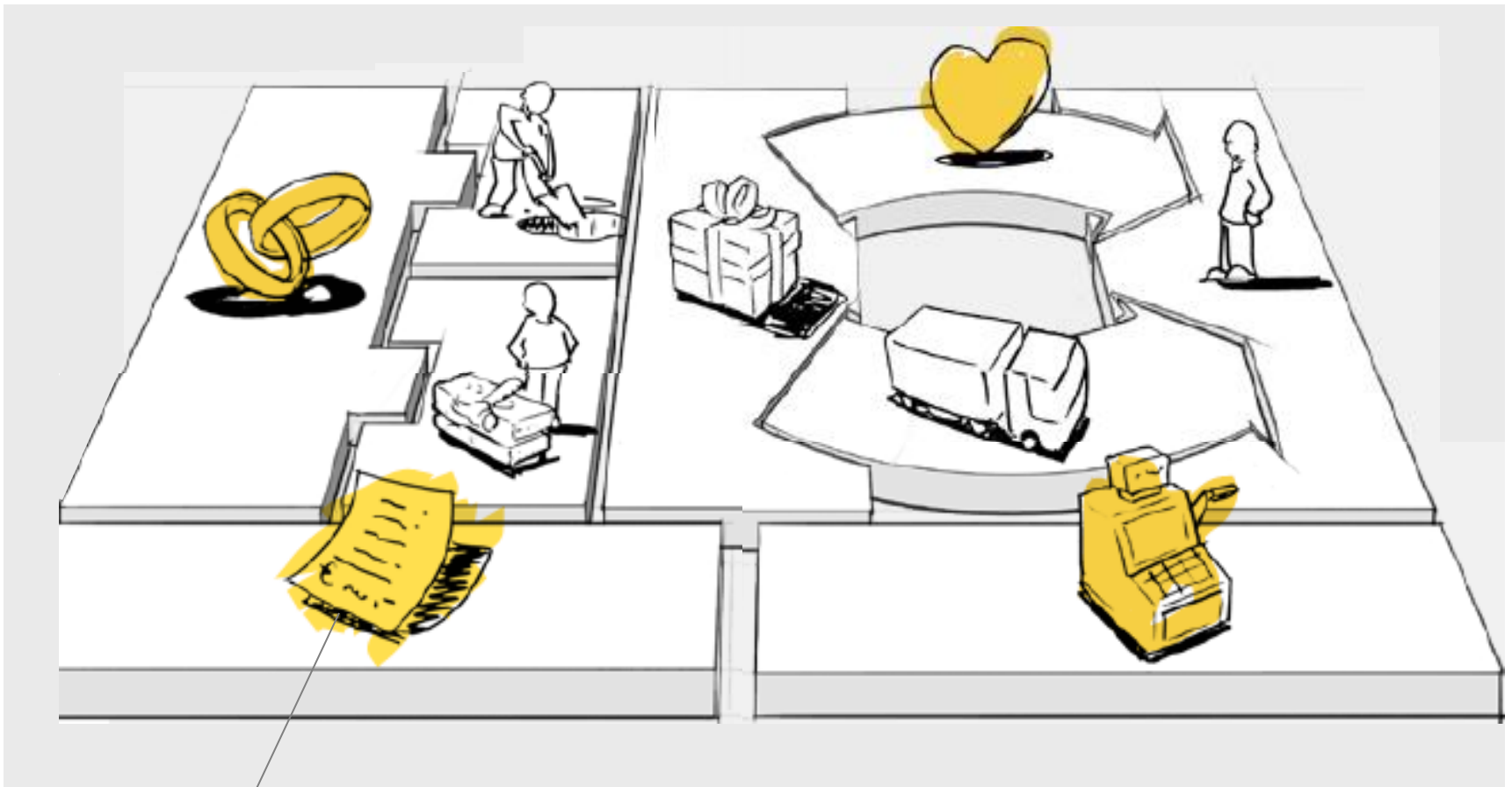
Recursos clave

Actividades clave



Aliados clave

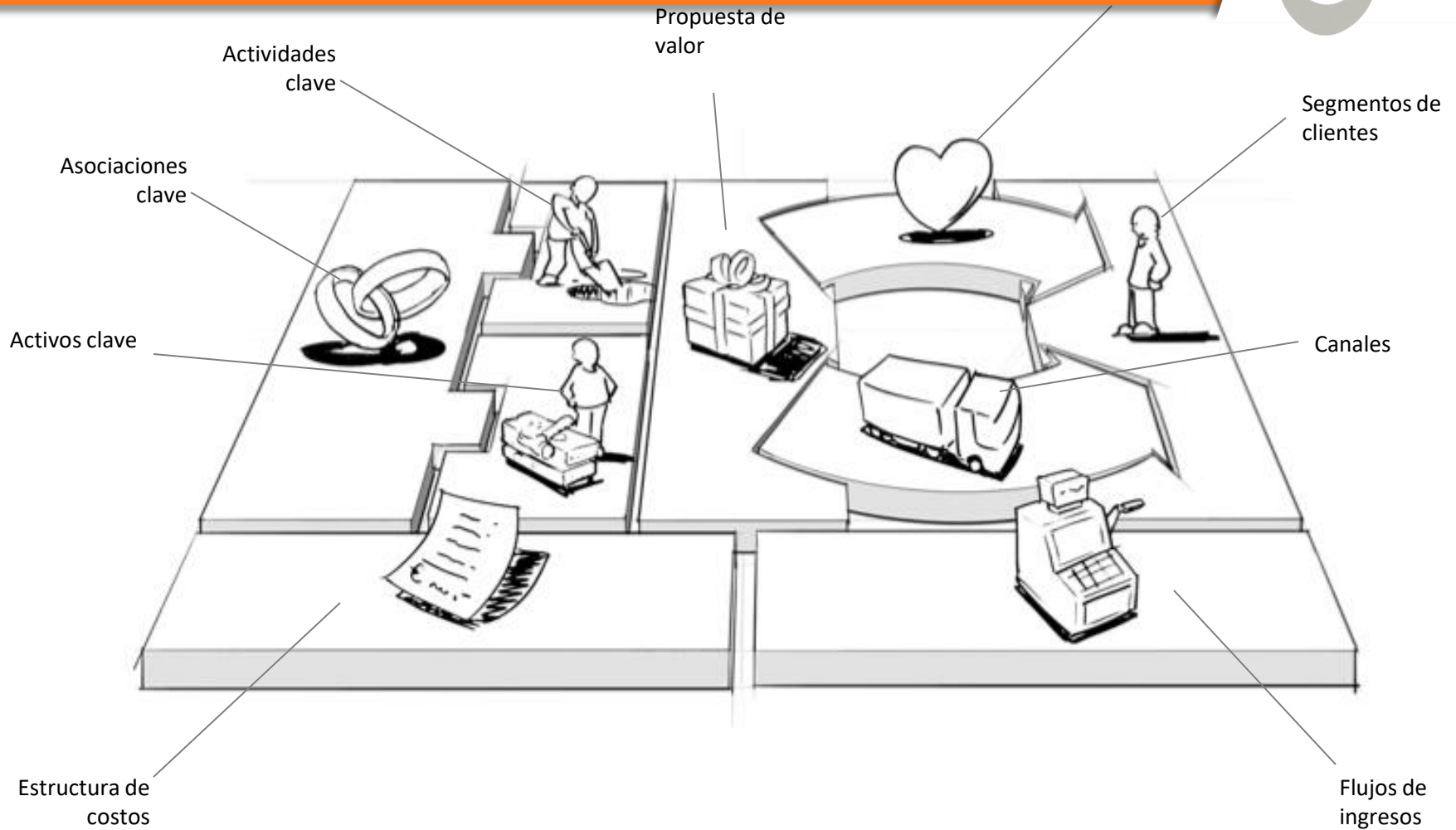




Estructura de costos

CANYVAS

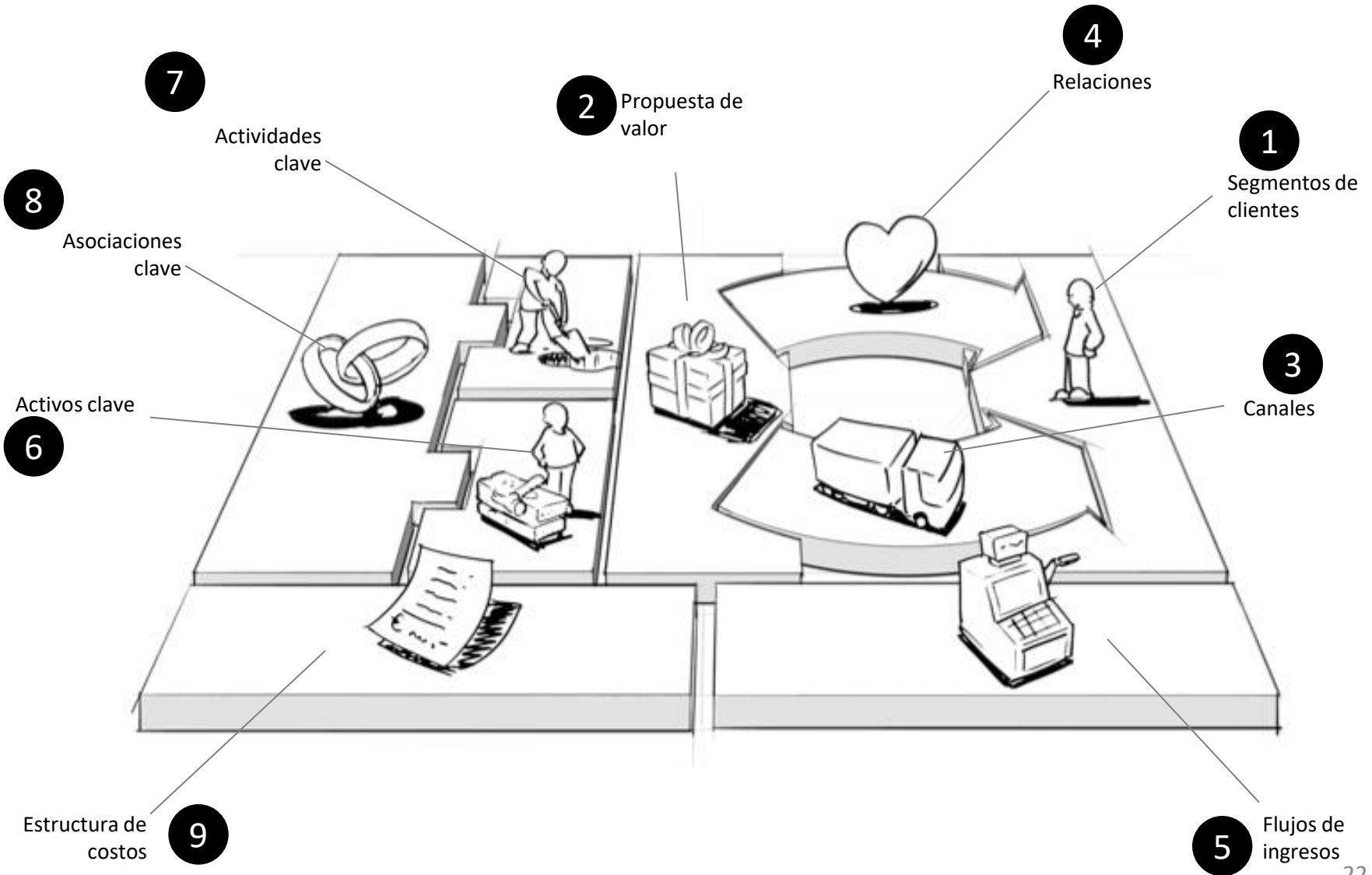
Descripción de la herramienta

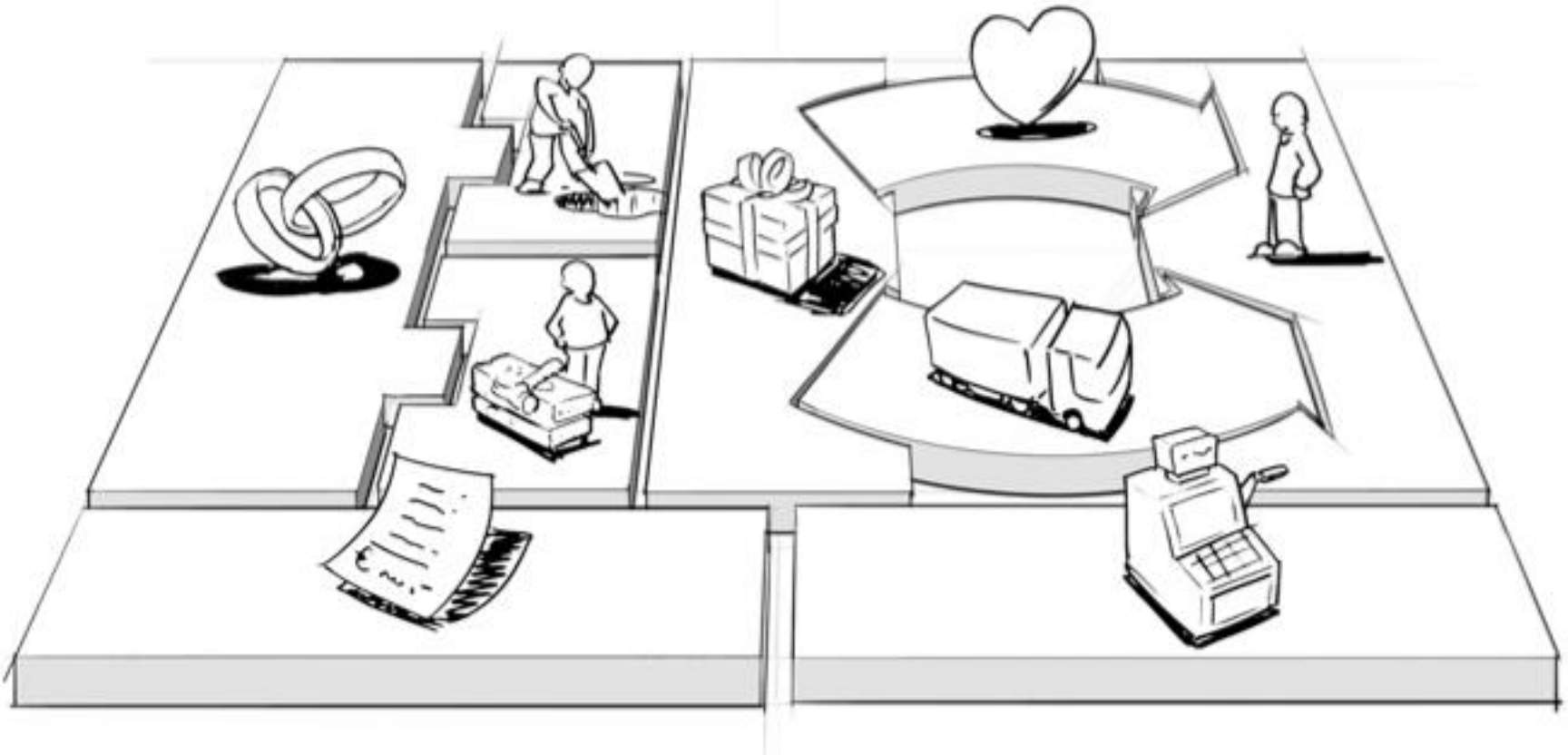


CANYVAS

Descripción de la herramienta

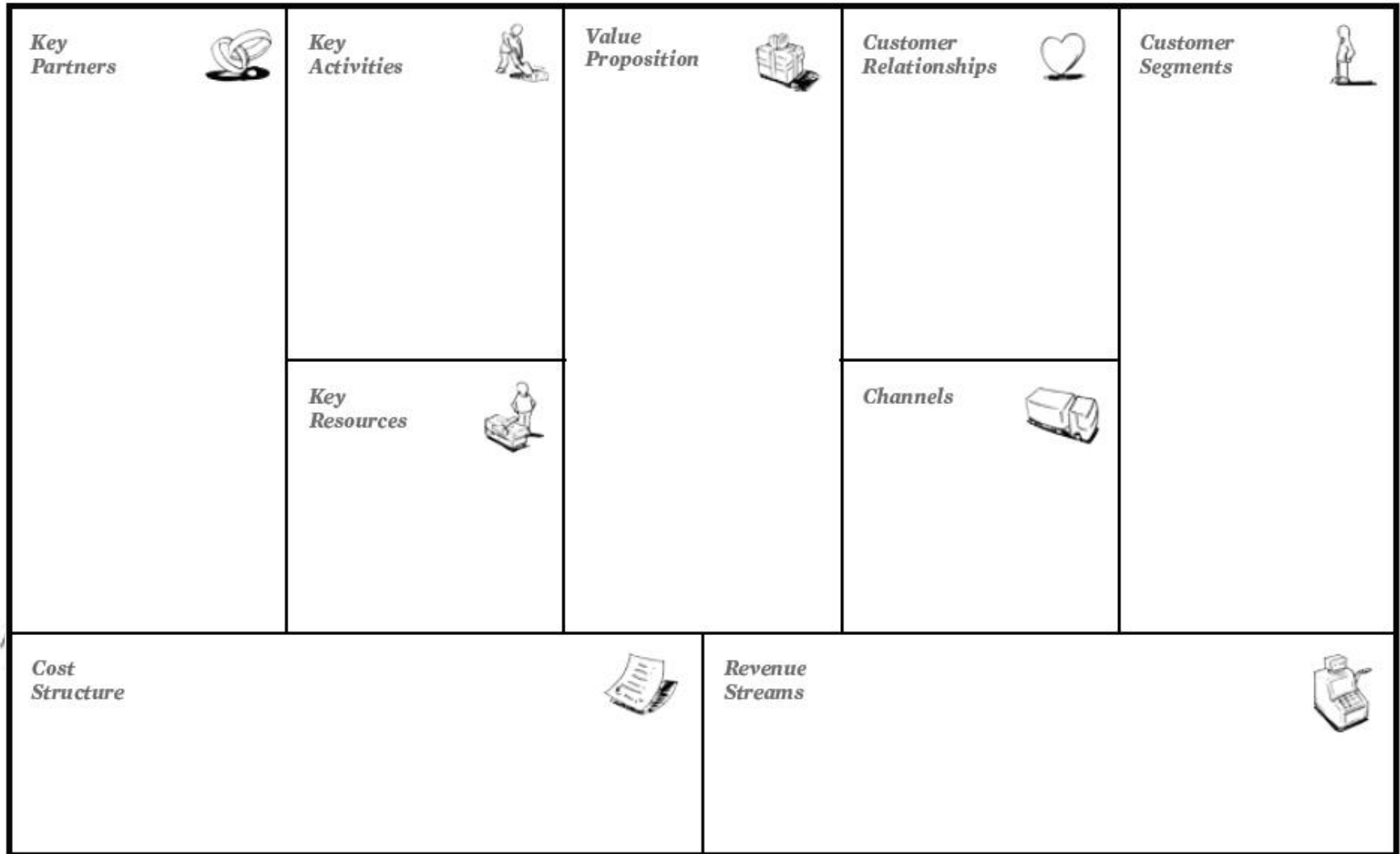
9 Bloques





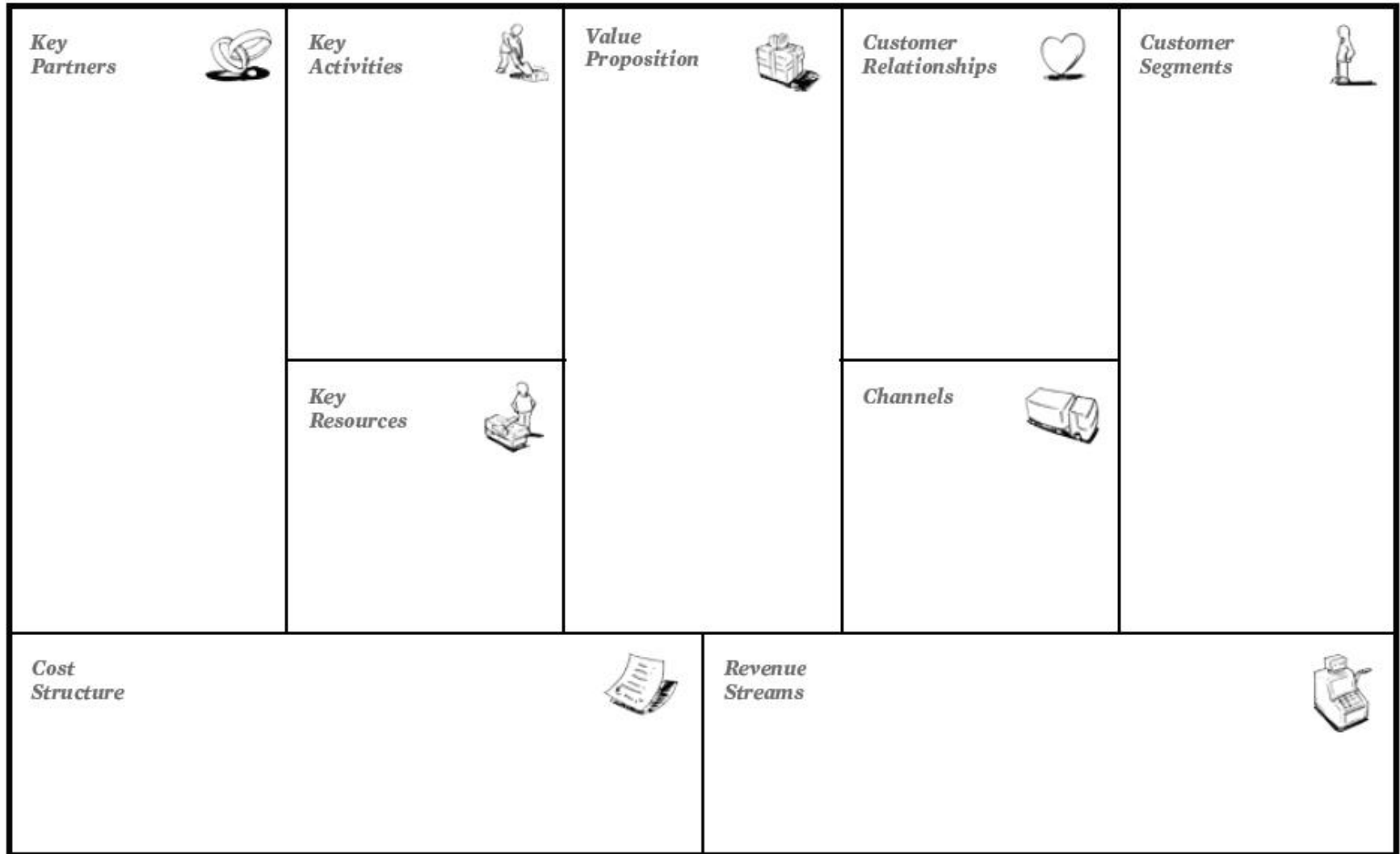
CANYVAS

Descripción de la herramienta



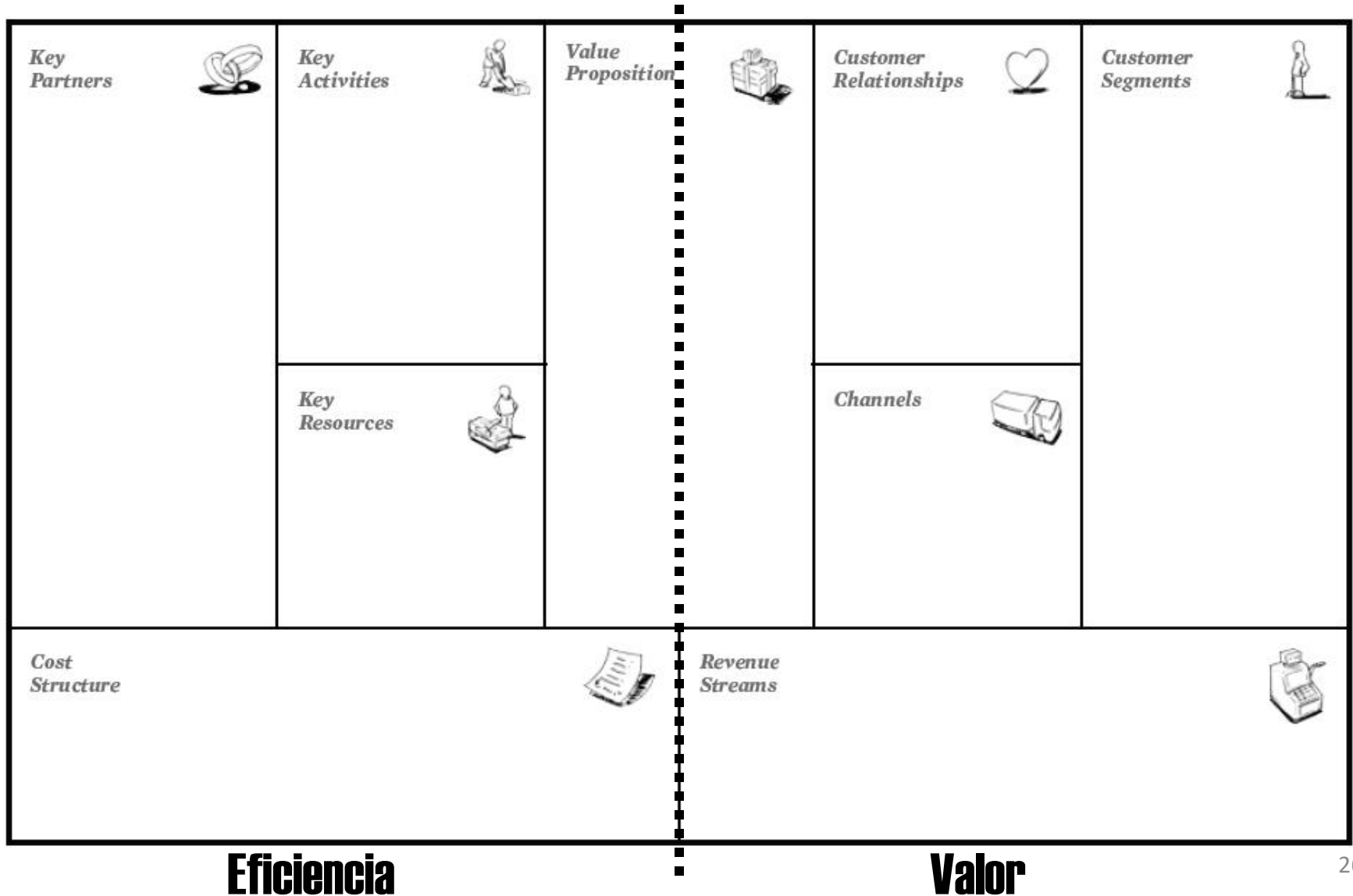
CANYVAS

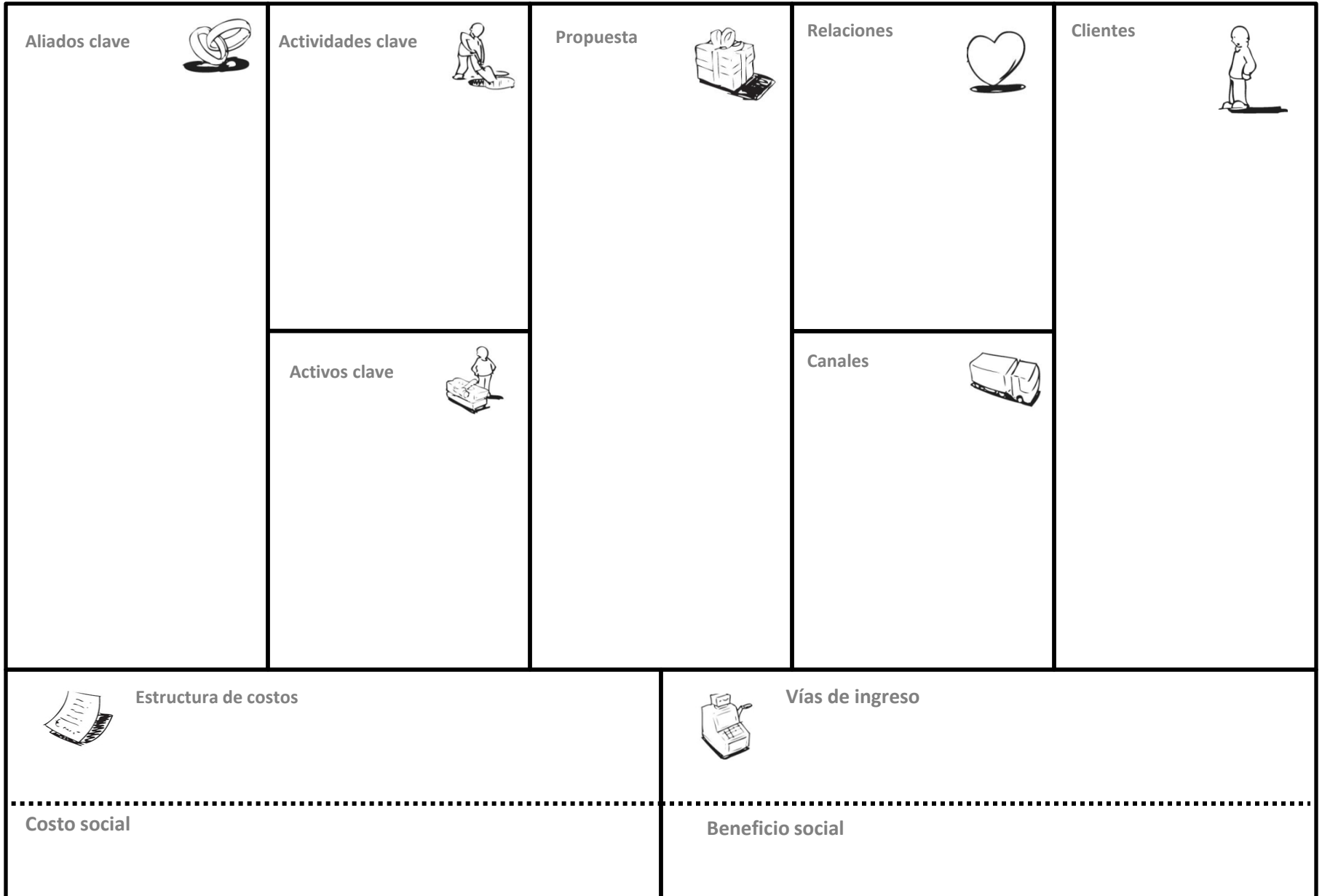
Descripción de la herramienta



CANYVAS

Descripción de la herramienta







George.



Marvellous George.



NESPRESSO

NEGOCIO DEL GRUPO NESTLÉ
FUNDADO EN 1986
CLUB NESPRESSO 1989
GEORGE CLOONEY ES IMAGEN DESDE 2006
70% DEL MERCADO EN EUROPA

Aliados clave



Actividades clave



Propuesta



El mejor café en casa / oficina
-Máquinas
-Cápsulas

Relaciones



Segmentos



Personas que desean tomar un café gourmet sin salir a la calle

Activos clave



Canales



Estructura de costos



Vías de ingreso



Aliados clave



Actividades clave



Propuesta



Relaciones



Segmentos



El mejor café en casa / oficina
-Máquinas
-Cápsulas

Personas que desean tomar un café gourmet sin salir a la calle

Canales



Vías de ingreso

Venta de máquinas
(1 x 90-200 US\$)



Aliados clave



Actividades clave



Propuesta



Relaciones



Segmentos



El mejor café en
-Máquinas
-Cápsulas

Personas que
desean tomar un
café gourmet sin
salir a la calle

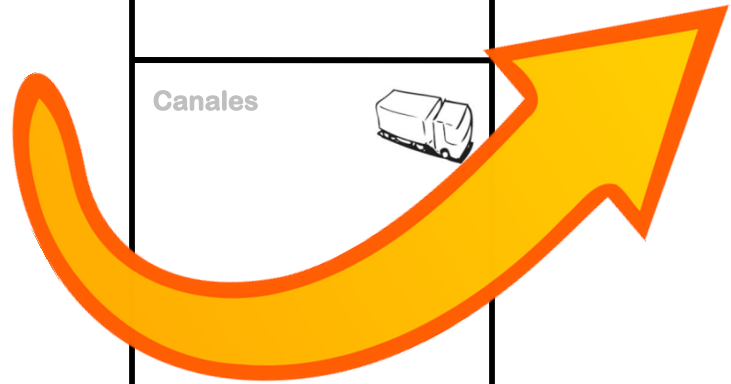
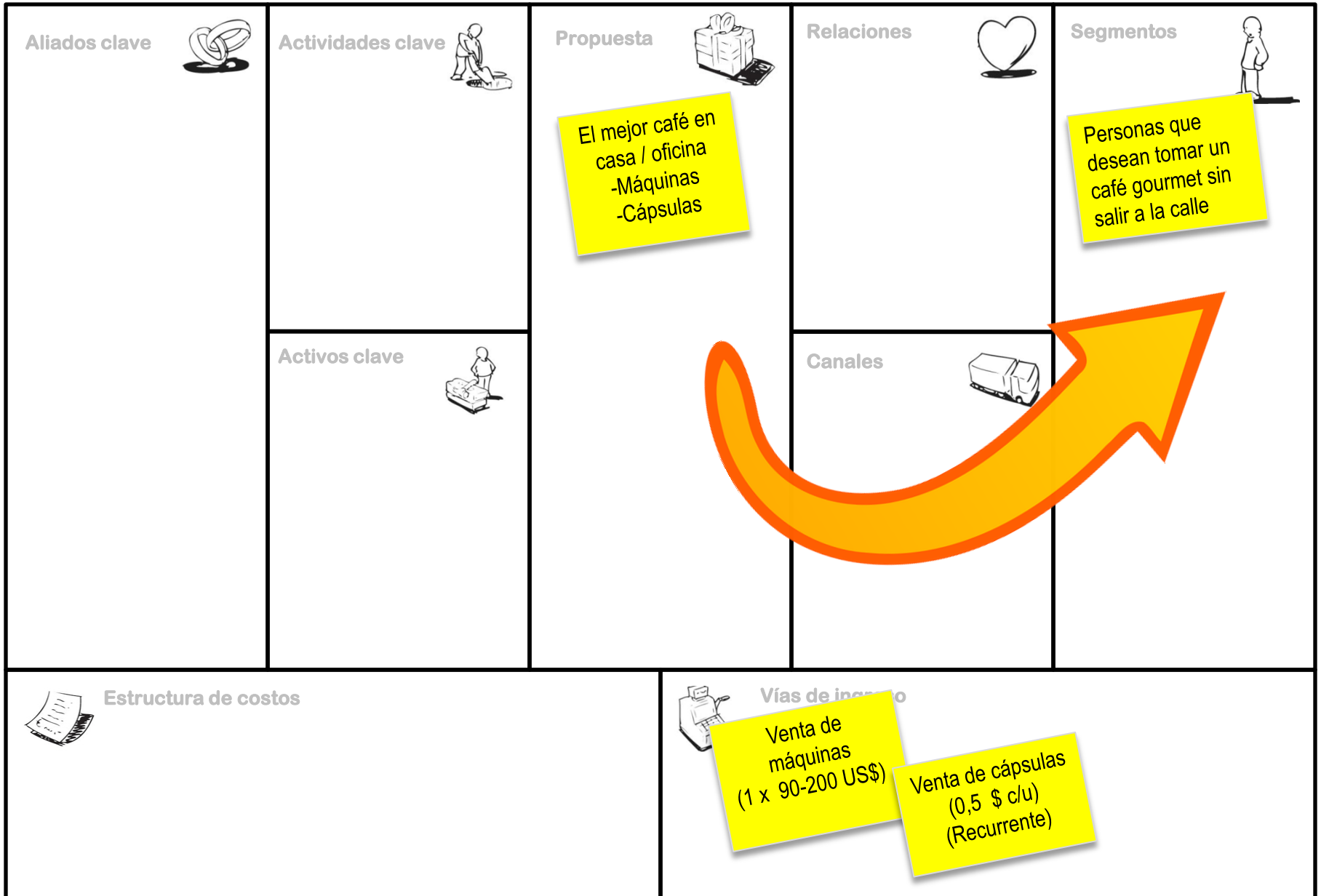


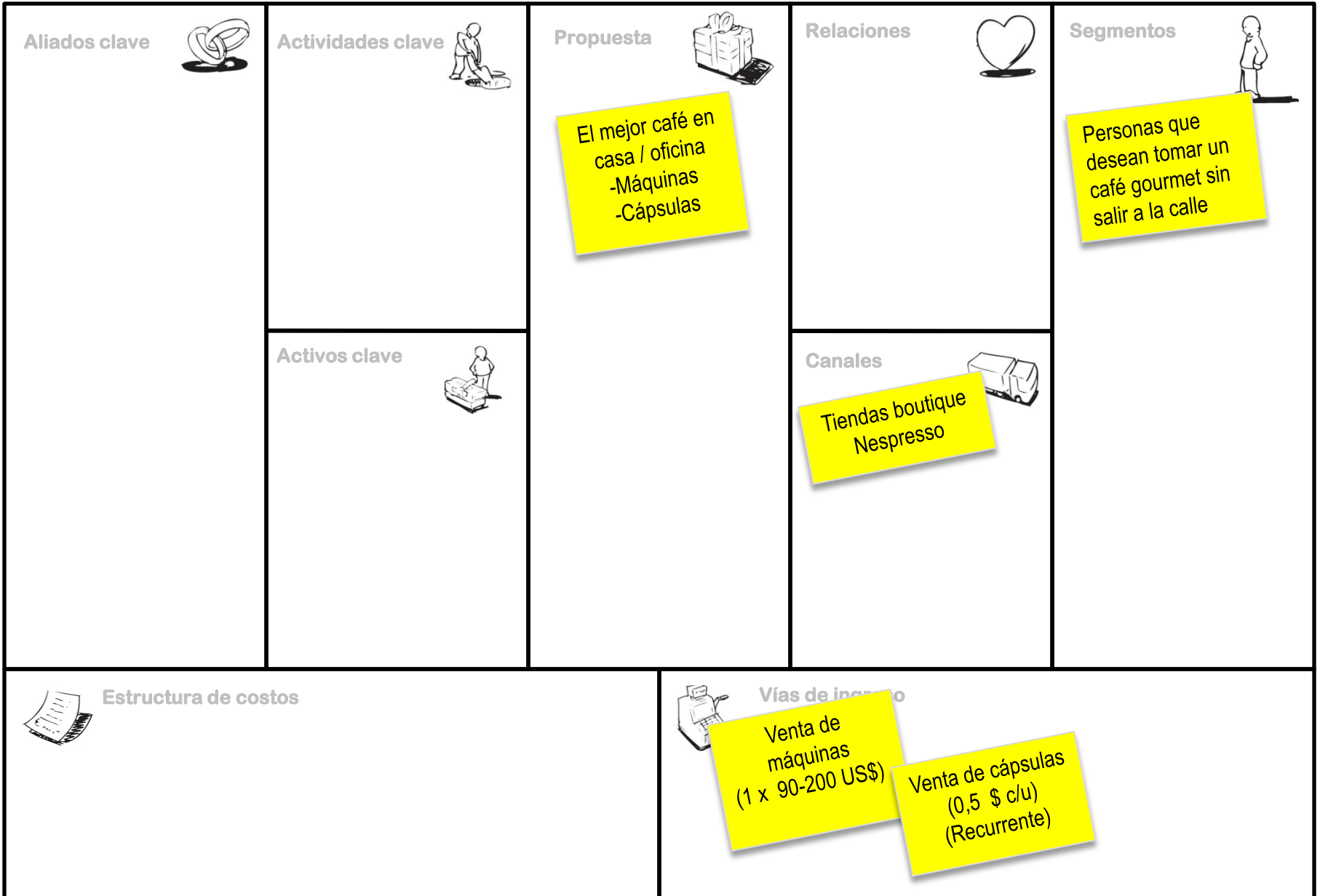
Vías de ingreso

Venta de
máquinas
(1 x 90-200 US\$)

Venta de cápsulas
(0,5 \$ c/u)
(Recurrente)







Aliados clave



Actividades clave



Propuesta



Relaciones



Segmentos



El mejor café en casa / oficina
-Máquinas
-Cápsulas

Personas que desean tomar un café gourmet sin salir a la calle



Canales



Tiendas boutique Nespresso



Estructura

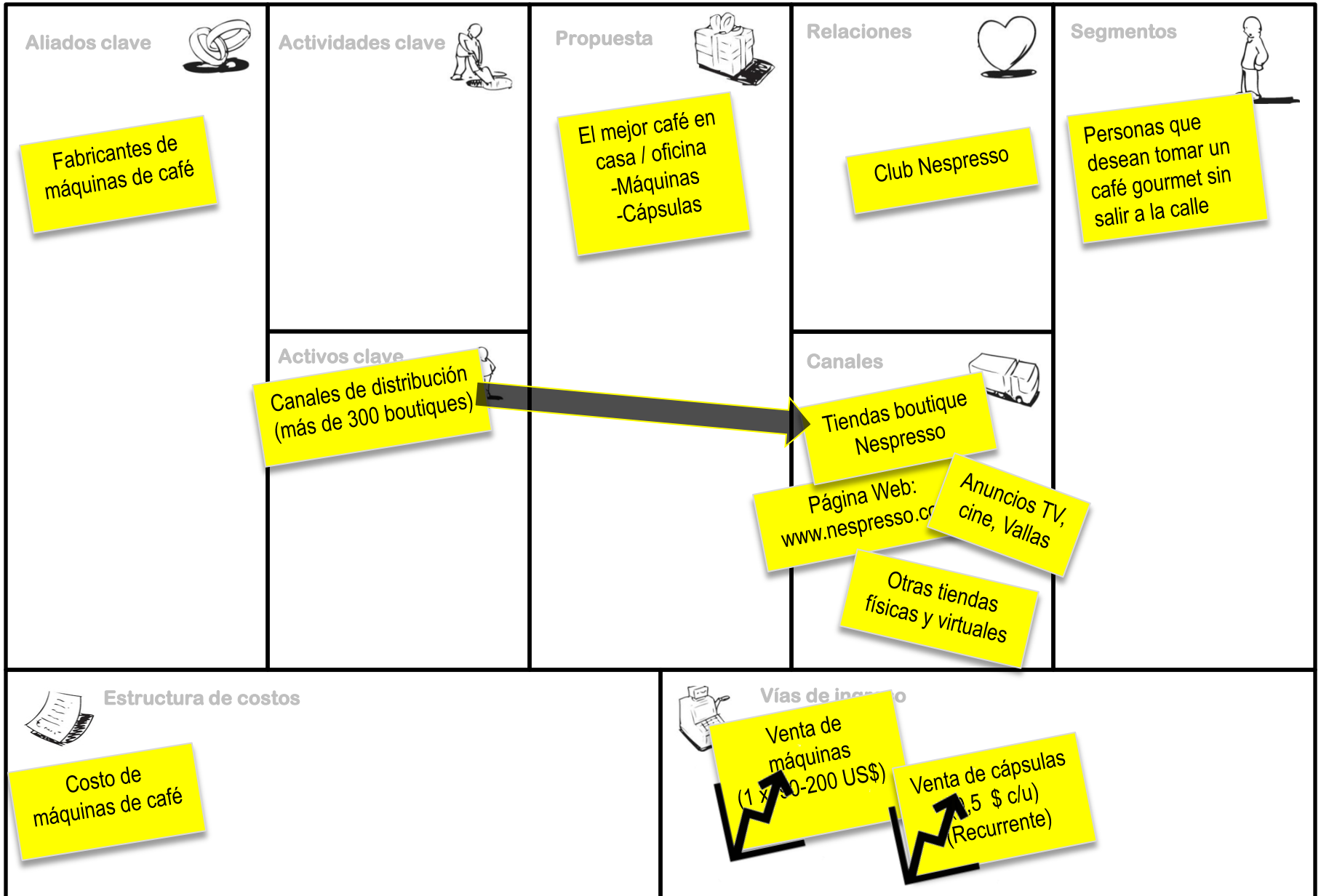


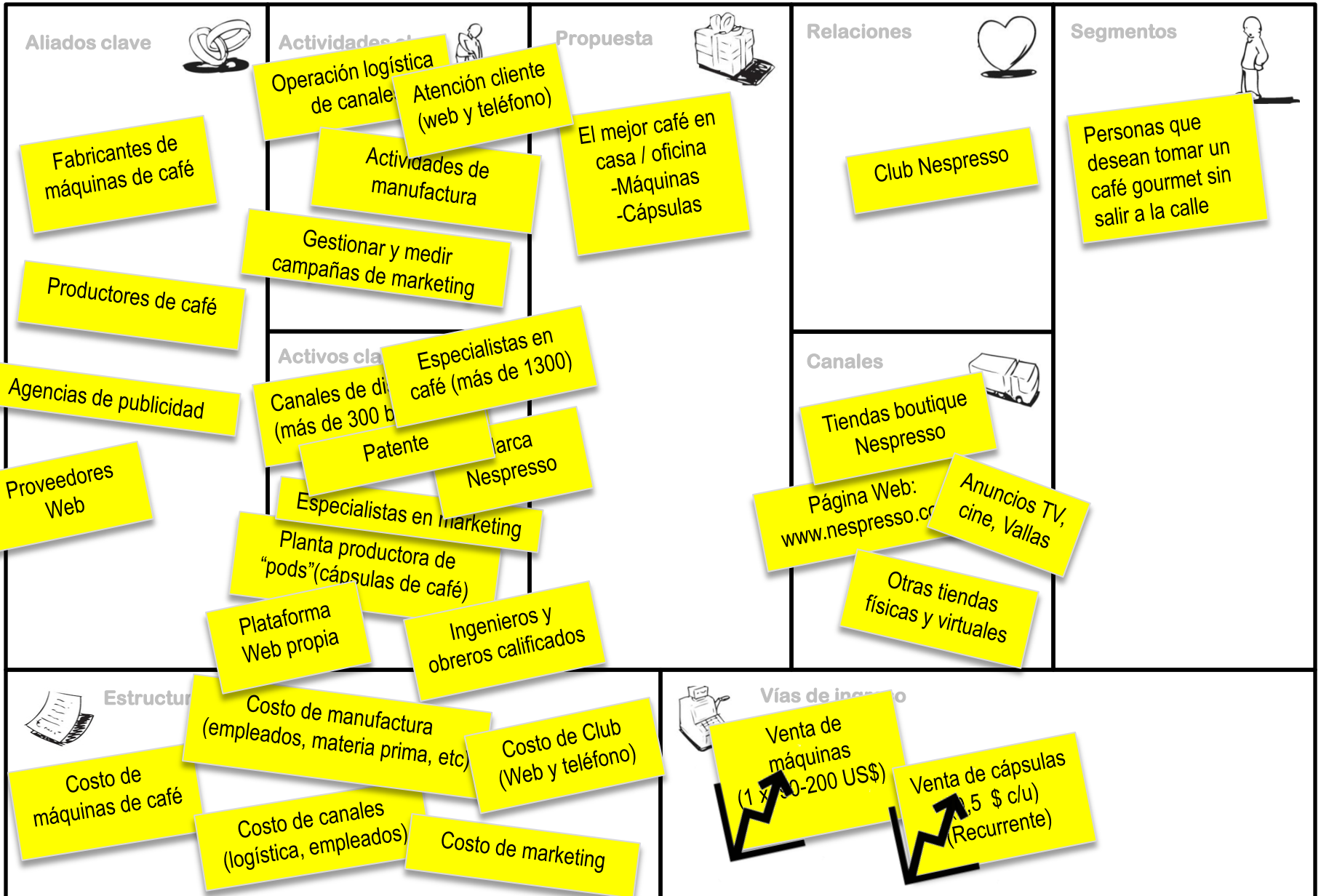
Vías de ingreso

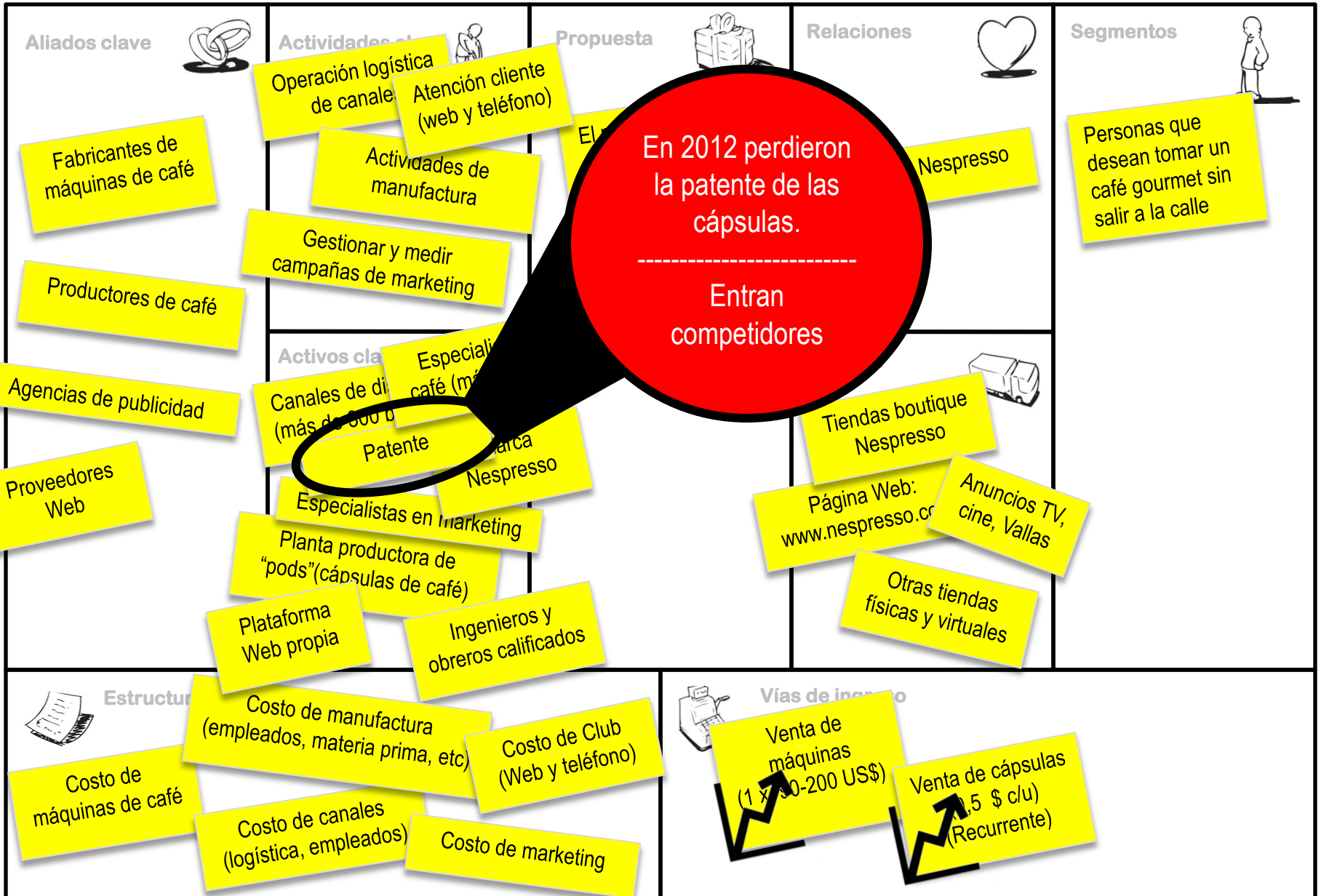
Venta de máquinas
(1 x 90-200 US\$)

Venta de cápsulas
(0,5 \$ c/u)
(Recurrente)











DOUWE
EGBERTS
SINCE 1753

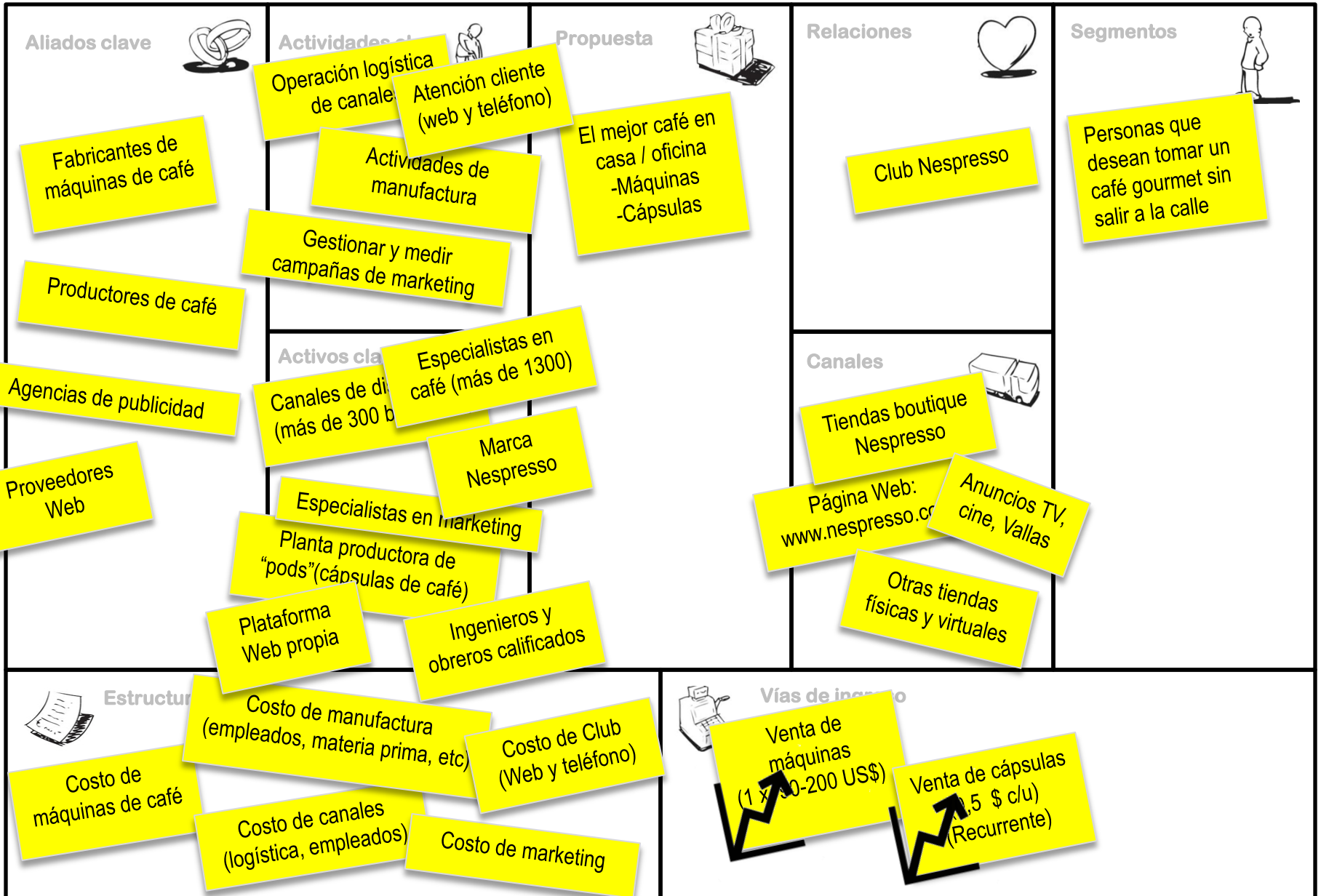


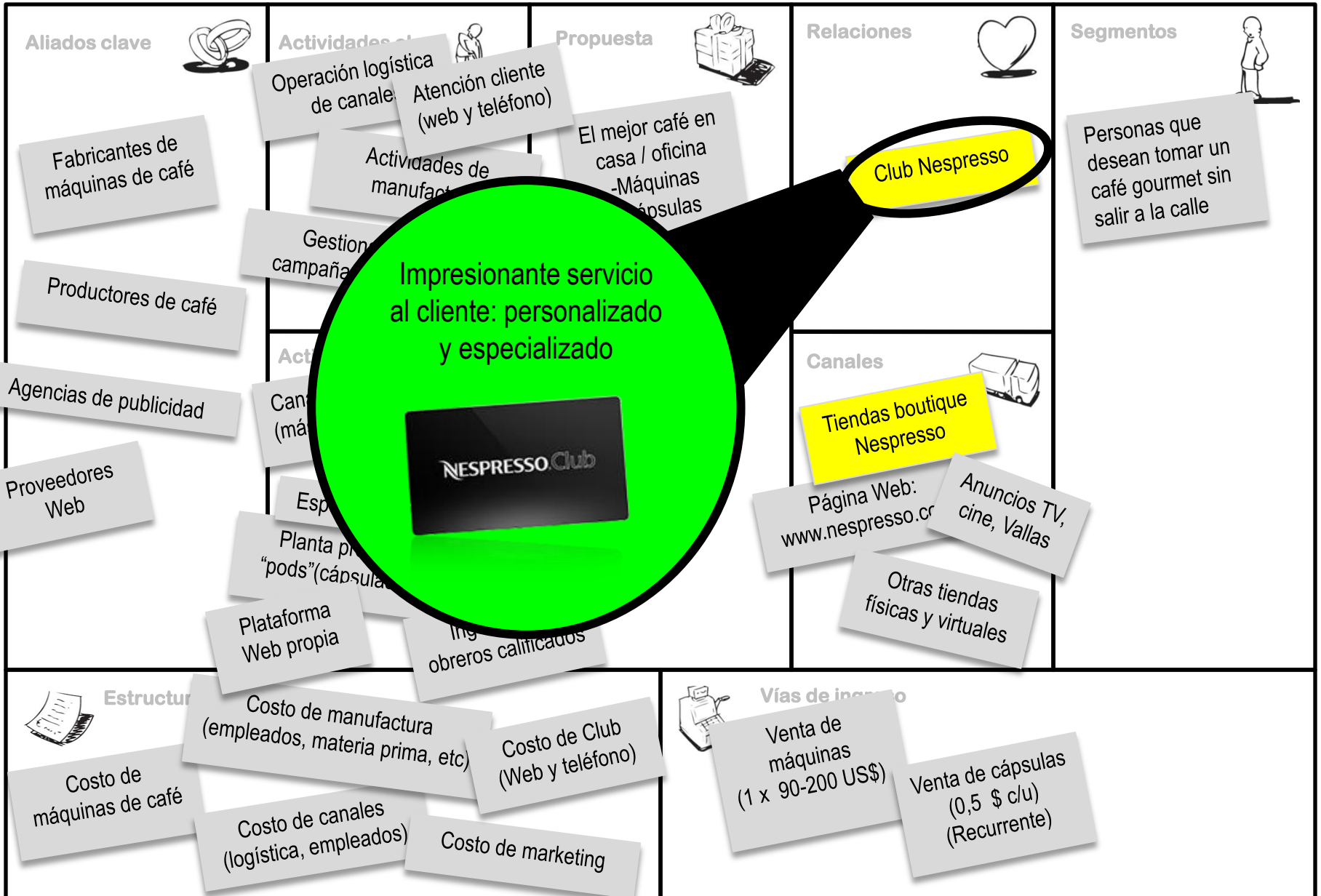
STARBUCKS®

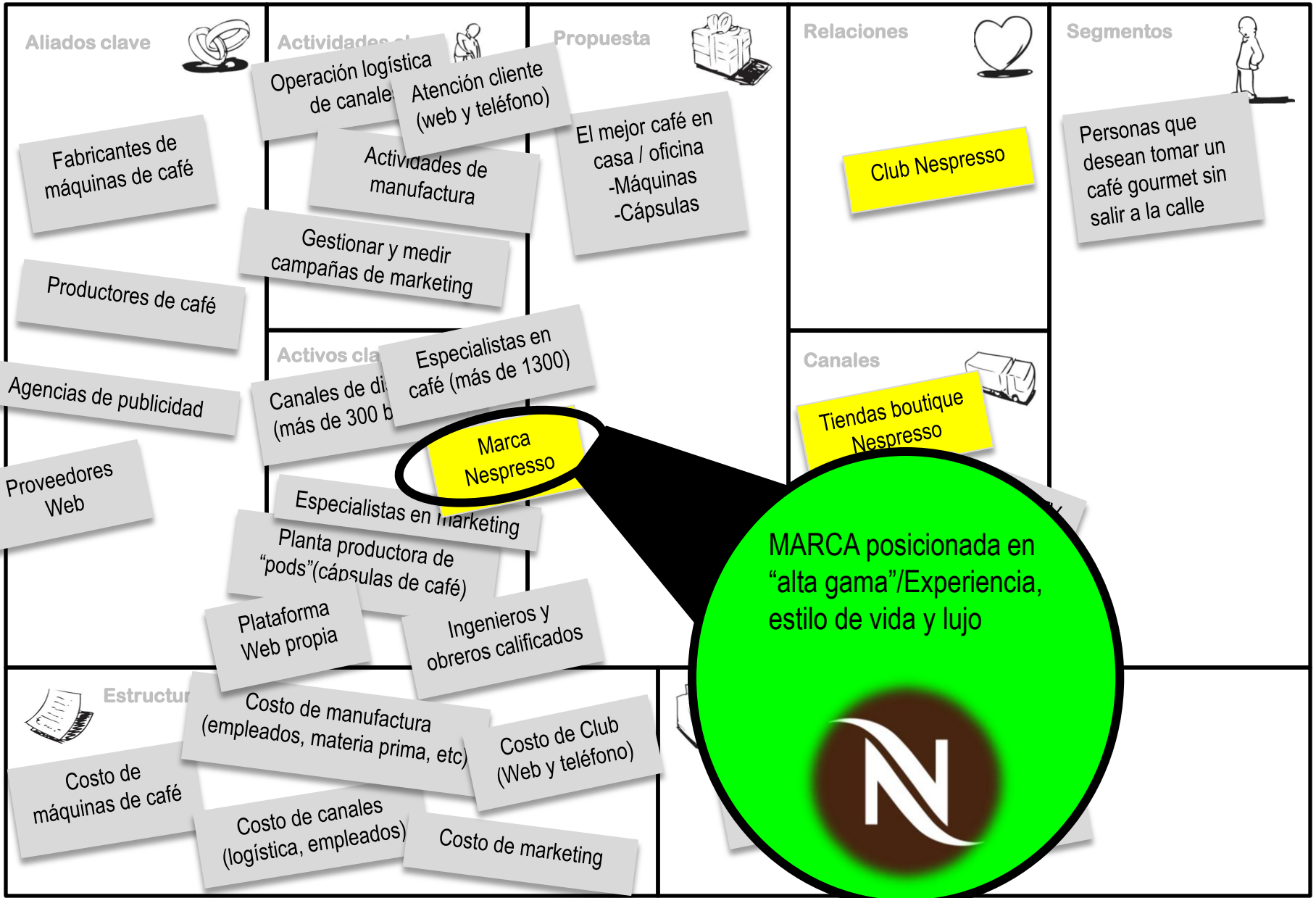
NESPRESSO®

¿Qué elementos de su modelo de negocio le permiten mantener el liderazgo?











RETOS

MARCA AMIGABLE CON MEDIO AMBIENTE
(Reciclaje de cápsulas)

CANALES
(insuficientes)

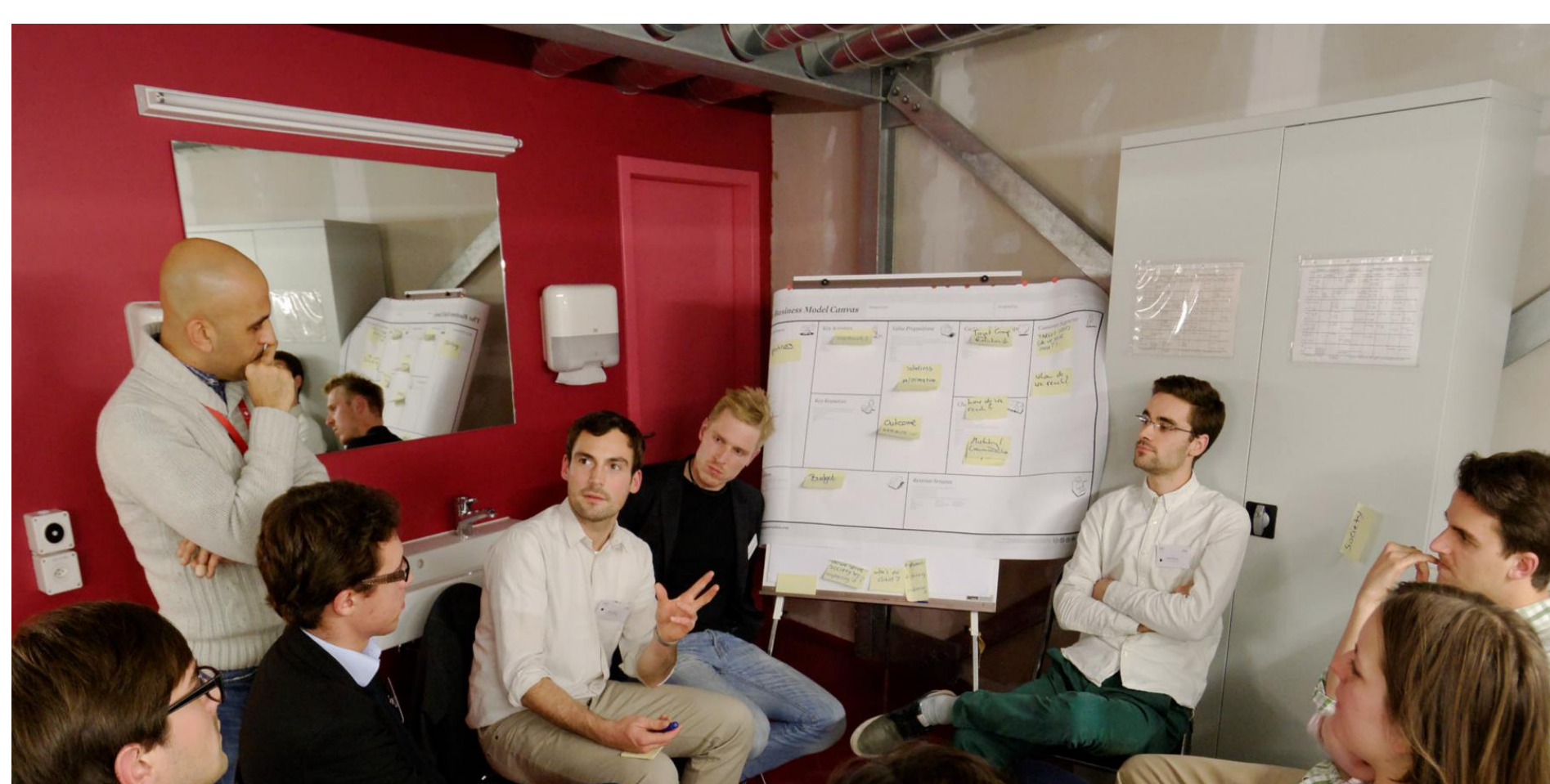
MÁQUINAS
(Solo para uso de café)

EE.UU
(Poca participación de mercado)



De batallar por “productos”, a batallar por “modelos de negocio”





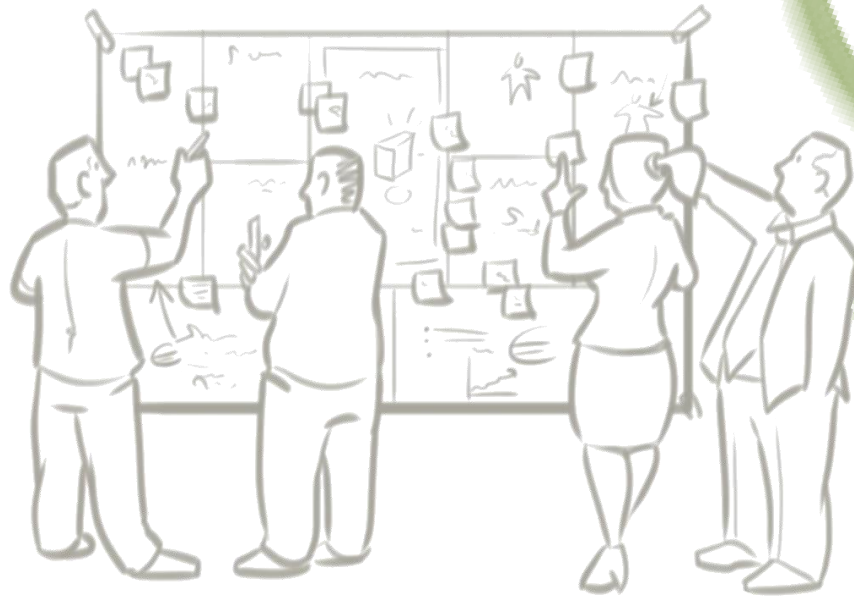
Cada vez son más los empresarios y gerentes, en todo el mundo, que ponen la lupa en sus modelos de negocio, y para esto emplean la herramienta CANVAS



Qué es el CANVAS



Un lenguaje común para describir, visualizar, probar y cambiar modelos de negocio.



El Canvas, es la herramienta de análisis, que se ha convertido en la preferida por las empresas, para plantear sus planes de acción estratégicos

Quién usa el CANVAS



Microsoft



3M



FUJITSU



ERNST & YOUNG



Deloitte



Humana



ERICSSON



Desjardins

ORACLE

XEROX



Alcatel-Lucent



Capgemini
CONSULTING. TECHNOLOGY. OUTSOURCING



intuit



Qué es un modelo de negocio



“Es la descripción de la lógica empleada por una organización para crear, entregar y capturar valor”

Osterwalder y Pigneur (2010)



Más información en...



CANVAS

Descripción de la herramienta

9 Bloques

Propuesta de valor


Es la **promesa** de tu producto ó servicio. Va más allá de las características y funcionalidades. Es lo que realmente vendes



Fuente: Osterwalder y Pigneur (2010)

13

RodriguezAramis



2:43 / 24:43



Analytics

Gestor de vídeos