

La empresa

La empresa

Ideas de
negocio



Método
SCAMPER

Modelo de
Negocio



El modelo de
CANVAS

¿Qué es el método SCAMPER?

Es una lista de verificación (checklist) que estimula la **generación de ideas** basada en verbos de acción que sugieren CAMBIOS a un producto existente, servicio o proceso.



Pasos para utilizar SCAMPER

1. Identifica el elemento que quieras usar.
 - a. ¿Es un producto?
 - b. ¿Es un servicio?
 - c. ¿Es un proceso?
2. Hazte las preguntas SCAMPER sobre tu elemento y mira que nuevas ideas emergen (las de la diapositiva siguiente):

Sustituir = ¿Qué puedo **sustituir** de mi producto o servicio?

Combinar = ¿Cómo/Con qué puedo **combinar** mi producto para que sea algo distinto?

Adaptar = ¿Cómo puedo **adaptar** mi producto? / ¿Qué puedo **adaptar** a mi producto?

Magnificar, modificar = ¿Qué puedo **magnificar** (hacer más grande)? / ¿Qué puedo **modificar**?

Ponerle otro significado o uso = ¿Qué otros **usos le puedo poner** al producto?

Eliminar o minimizar = ¿Qué puedo **eliminar** del producto? (que no aporte valor o dificulta la cosa)

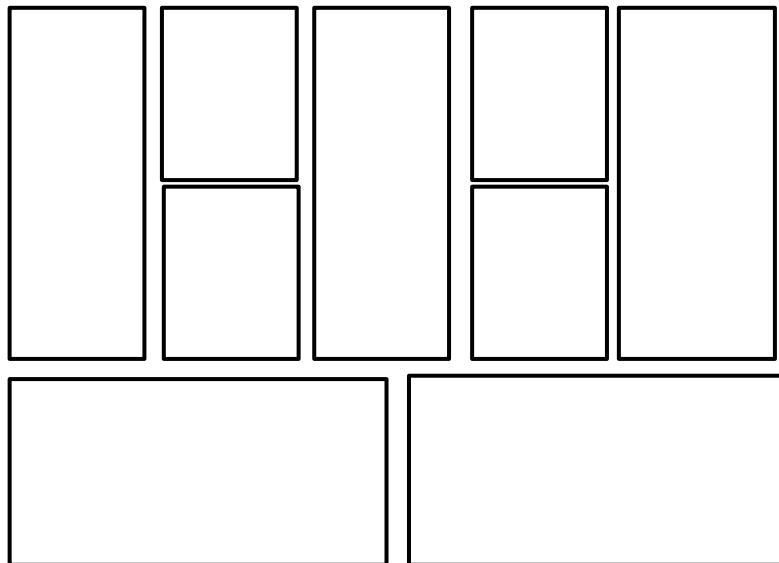
Rordenar (o invertir) = ¿Qué puedo **reordenar** o **reinvertir**?

Modelo Canvas

¿Qué es?

El modelo canvas permite diseñar de forma rápida un modelo de negocio permitiendo plasmar un MODELO de negocio en una sola hoja.

Se compone de 7 rectángulos, 2 de ellos partidos en la mitad como 2 cuadrados.



Socios clave

¿Cuáles son los principales socios y suministradores que necesitamos para conseguir que el modelo de negocio funcione?

8

Actividades Clave

¿Qué cosas más importantes ofrece nuestra compañía? para hacer que el modelo de negocio funcione?

7

Recursos claves

¿Cuáles son los elementos más claves para que nuestro producto funcione?

6

Puesta de valor

¿Qué idea o necesidad resuelve?

Tiene que ser original y que tu producto se diferencia de los demás.

1

Relación con clientes

¿Cómo conseguiremos atraer a nuevos clientes y mantenerlos y hacerlos crecer? (táticas)

4

Canales

¿Cómo conseguimos que nuestro producto llegue al cliente?

Medio físicos
Medios comunicativos
Red de ventas, etc

3

Segmentos de clientes

¿Quiénes son tus clientes?

Características

- Demográficas
- Geográficamente
- Socialmente

Detalles de tus clientes.

2

Estructura de costos

¿Cuáles son los costes necesarios para poder avanzar?

Recursos con los costes más altos, costes fijos, variables, impuestos, etc)

9

Fuente de ingresos

¿Cómo hacemos para monetizar (ganar la plata) nuestro producto o servicio?

¿Qué valor ofrecemos a los clientes para que ellos paguen por él?
¿Qué sistema de pago usarán?

5