



MOVE UP!

PROGRAMA DE DESARROLLO PARA EMPRENDEDORES

Marta Palomar
martapalomar@ceei-castellon.com



24 PASOS PARA LANZAR UNA STARTUP EXITOSA



LA DISCIPLINA DE EMPRENDER

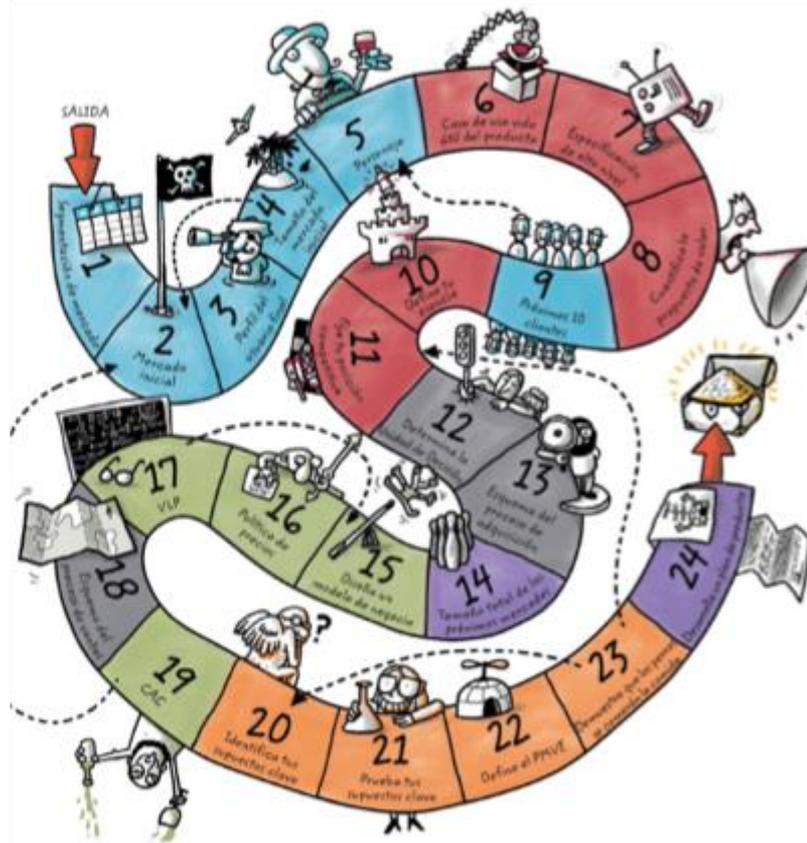
BILL AULET

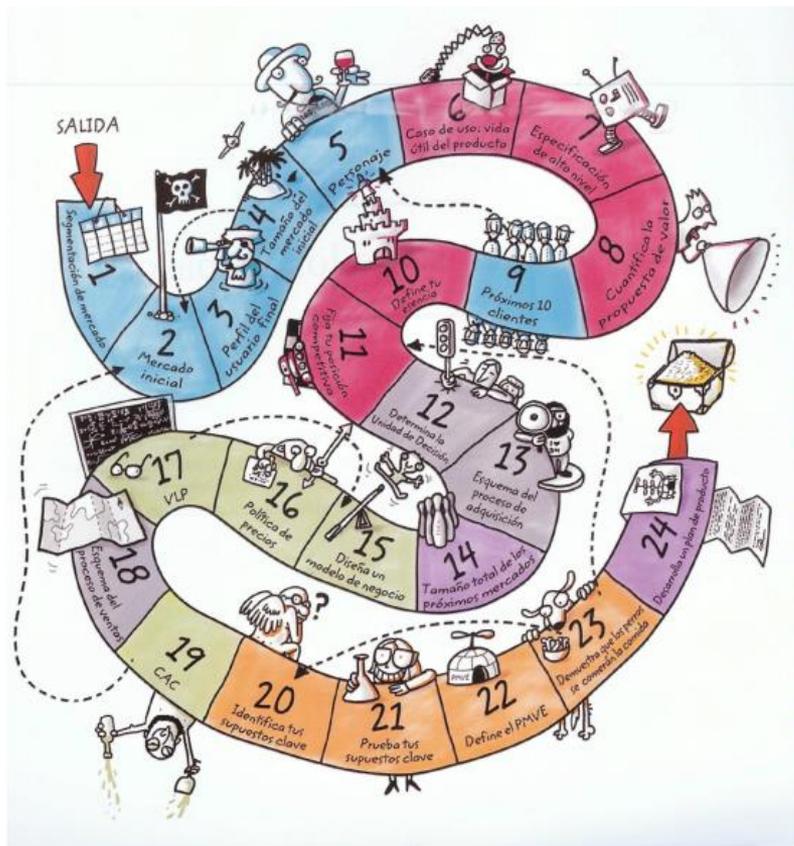
PROLOGO DE RAFAEL DEL PINO



MOVE UP!

EMPRENDE CON ÉXITO





¿QUIÉN ES TU CLIENTE?

- 1 Segmentación de mercado
- 2 Selecciona un mercado inicial
- 3 Traza el perfil del usuario final
- 4 Calcula el tamaño total disponible del mercado inicial
- 5 Describe al personaje del mercado inicial
- 9 Identifica a tus próximos diez clientes

¿CÓMO OBTIENES DINERO CON TU PRODUCTO?

- 15 Diseña un modelo de negocio
- 16 Determina tu política de precios
- 17 Calcula el valor a largo plazo (VLP) de un cliente adquirido
- 19 Calcula el coste de adquisición de un cliente (CAC)

¿QUÉ PUEDES HACER POR TU CLIENTE?

- 6 Caso de usos de la vida útil del producto
- 7 Especificación de alto nivel del producto
- 8 Cuantifica la propuesta de valor
- 10 Define tu esencia
- 11 Fija tu posición competitiva

¿CÓMO DISEÑAS Y FABRICAS TU PRODUCTO?

- 20 Identifica tus supuestos clave
- 21 Prueba tus supuestos clave
- 22 Define el producto mínimo viable de la empresa (PMVE)
- 23 Demuestra que «los perros se comerán la comida para perros»

¿CÓMO ADQUIERE TU CLIENTE EL PRODUCTO?

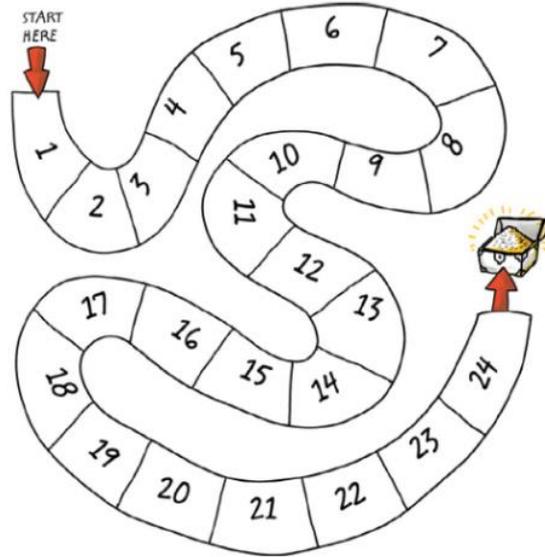
- 12 Determina la unidad de toma de decisión
- 13 Haz un esquema del proceso de adquisición de un cliente que paga
- 18 Haz un esquema del proceso de ventas para adquirir un cliente

¿CÓMO CONSIGUES QUE TU EMPRESA SEA ESCALABLE?

- 14 Calcula el tamaño total disponible de los próximos mercados
- 24 Desarrolla un plan de producto

Step 0

Getting Started



I have a technological breakthrough!



I have an idea!



I have a passion!



Three ways
to start a new venture

**La visión es el
sueño puesto
en acción**

Cómo me pongo en acción

Conocimientos: formación y experiencia

Habilidades: qué cosas se te dan especialmente bien.

Networking: dentro y fuera de la empresa

Capacidad financiera

Activos: marca, equipamientos, ...

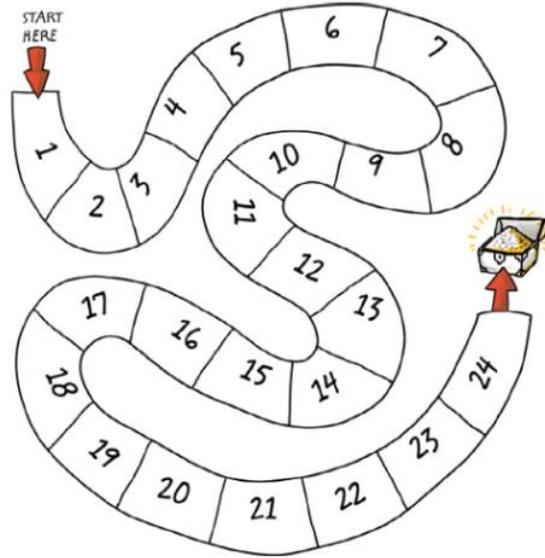
Pasión por un mercado en particular: educación, salud, energías renovables, ...

Compromiso: tiempo disponible y prioridades.

Qué es un negocio

Step 0

Getting Started



I have a technological breakthrough!



I have an idea!



I have a passion!



Three ways
to start a new venture

**Tengo clientes
que reconocen
el valor de lo
que apporto**

**Tengo que
conocer y
escuchar a mis
clientes**

The logo for Flickr, featuring the word "flickr" in a lowercase, sans-serif font. The "f" is blue, and the "lickr" is red.

Plataforma de manifestaciones sociales

The logo for Groupon, consisting of the word "Groupon" in white, uppercase, sans-serif font, set against a black, slightly tilted rectangular background.

Podcasting y compartir audio

The logo for Tuttr, featuring the word "tuttr" in a lowercase, rounded, green font with a slight shadow effect.

Juego multijugador de roleplaying

The logo for Nintendo, with the word "Nintendo" in white, uppercase, sans-serif font, enclosed in a red rounded rectangular border.

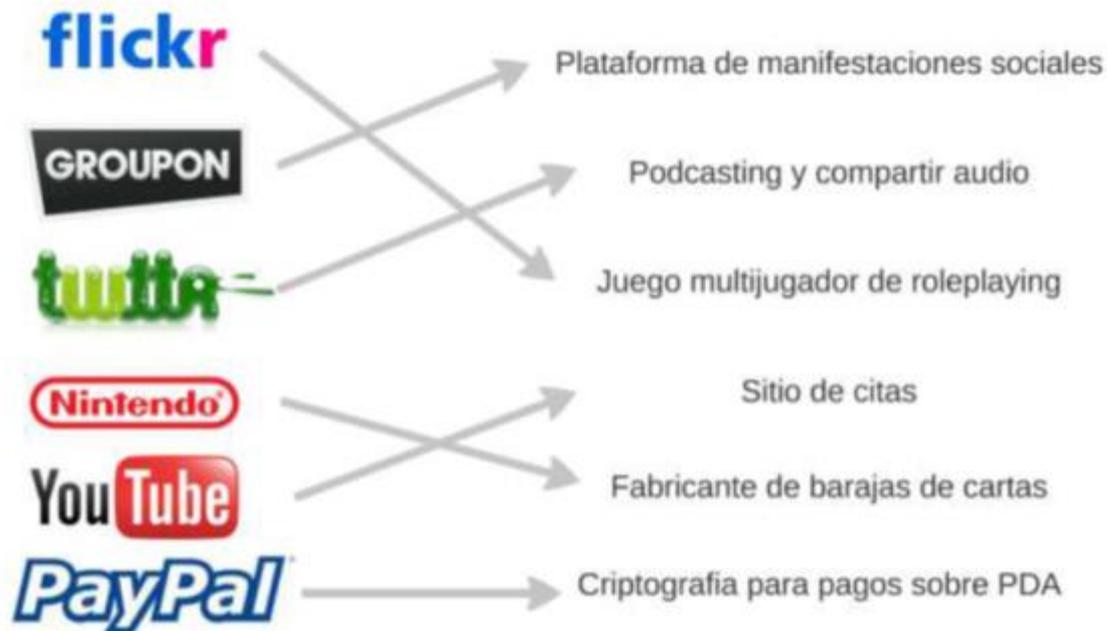
Sitio de citas

The logo for YouTube, with the word "You" in black, uppercase, sans-serif font, and "Tube" in white, uppercase, sans-serif font inside a red rounded rectangular border.

Fabricante de barajas de cartas

The logo for PayPal, with the word "PayPal" in a blue, italicized, sans-serif font.

Criptografía para pagos sobre PDA



Presenta tu negocio



*Seeing the world
through
the eyes of the
customer*

vs.



*Seeing the world
through
the perspective
of the company*

**Define tu negocio en función del
beneficio al cliente**

CEEI CASTELLÓN

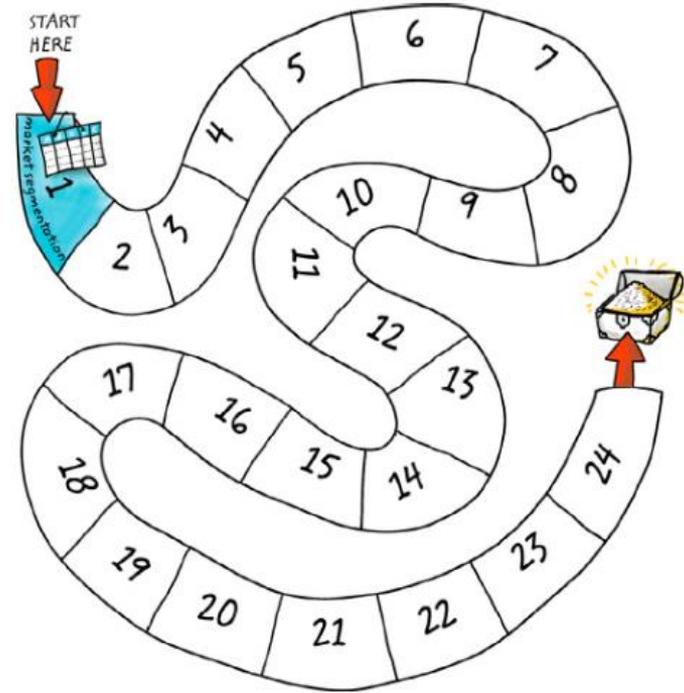
Estamos a vuestro lado en la creación de vuestra empresa innovadora. Si ya la tenéis, la hacemos crecer

AIRBNB

Una plataforma web donde los usuarios pueden alquilar su espacio para alojar viajeros. Los viajeros ahorran dinero, los anfitriones ganan dinero y ambos pueden compartir una conexión local con una ciudad.

Step 1

Market Segmentation



Startup

Pocos recursos

Mucha eficiencia

El cliente es el centro

Primer target

Conjunto de personas (clientes potenciales) que comparten muchas características y tendrán razones para comprar un producto

Target vecino

Principales características iguales, pero alguna diferente que requerirá adaptar estrategias

Errores comunes

Le encaja a todo el mundo

El síndrome de China

Solución

Coge tus recursos y aplícalos a un nicho de mercado, bien definido, que puedas dominar.

**¿Qué motiva a tu cliente
para comprar tu producto?**

Tipos de mercado

Primario: tienes un cliente compra (paga) y usa

Secundario: tu cliente que paga y otro que usa.

De doble cara: necesitas dos tipos de cliente para existir.

Cómo segmentar

1. Lluvia de ideas

1. Reduce

1. Investigación primaria de mercado

1. Lluvia de ideas

- **Ideas locas**

- **Habla con todos** los clientes potenciales sobre tu idea

- Tu definición de mercado quizá no sea real: **Enfoca**

- Identifica **sectores potenciales**

- Céntrate en **usuarios finales, NO** en clientes

- Identifica las tareas de usuarios finales

2. Reduce

Haz una lista 6-12 oportunidades de negocio
Céntrate en los usuarios finales y analiza factores:

- **Poder adquisitivo** cliente objetivo
- **Accesibilidad** del equipo comercial
- **Razón** convincente de compra
- **Competencia** (barrera de entrada)
- ¿Están alineados «**valores**», objetivos equipo fundador?
-

3. Investigación primaria de mercado

Una vez seleccionadas tus oportunidades de negocio, **¡habla directamente con tus clientes y obsérvalos!**

¡Aquí no existen atajos!

Cómo hablar con los clientes potenciales

- Tienen mucho que enseñarte.
- Habla con tantos usuarios finales como sea posible.

Factores clave para conseguir información de valor:

- Sé curioso
- Debes saber **escuchar** a la gente y hacerles hablar
- Sé abierto y sin prejuicios (**no presupongas**, pregunta!)
- Debes poder explicar la **esencia** de lo que ofreces, sé flexible
- Dedica **tiempo y paciencia** a este importante paso

Selecciona un mercado inicial...

Y equivócate, no pasa nada.



Los 7 criterios para elegir el mercado inicial:

1. ¿Tiene el cliente objetivo suficiente poder adquisitivo?
2. ¿Puede llegar fácilmente tu equipo comercial al cliente objetivo?
3. ¿Tiene el cliente objetivo una razón convincente para comprar?
4. ¿Puedes ofrecer en la actualidad un producto acabado?
5. ¿La competencia está tan arraigada que podría cerrarte el paso?
6. Si dominaras este segmento, ¿podrías aprovecharlo para entrar en otros?
7. ¿se ajusta el mercado elegido a los valores, pasiones y objetivos del equipo fundador?

Traza el perfil del usuario final



Prince Charles

- Male
- Born in 1948
- Raised in the UK
- Married twice
- Lives in a castle
- Wealthy & famous



Ozzy Osbourne

- Male
- Born in 1948
- Raised in the UK
- Married twice
- Lives in a castle
- Wealthy & famous

* Personas shouldn't be about demographics. Personas should be about the problems & challenges people face.

Características que puedes incluir en tu perfil de usuario final

- Sexo, edad, nivel ingresos
- Ubicación geográfica
- Motivaciones,**
 - ¿Dónde va de vacaciones?, ¿a cenar?, ¿antes de trabajar?
 - ¿Qué periódicos lee?, ¿páginas web? ¿Qué programas TV?
 - ¿Por qué compra el producto? ¿ahorro?, ¿imagen? ¿presión social?
 - ¿Qué le hace especial?, ¿diferente?
 - ¿Cuál es su historia?

¿Hay perfiles de usuario final en la sala?

Pregúntales... pero hazlo bien

La conversación con tu madre... // Lo que hace la gente

T: Mama, tengo una idea de negocio, tienes 5 min?

M: Si claro...

T: Te gusta mucho tu tablet, no?

M: Si, la verdad es que cada vez lo uso más

T: Te gustaria comprar una aplicación con recetas de cocina?

M: Me encantan los libros de cocina, suena bien. Tiene recetas veganas? Recetas para navidad?

La conversación con tu madre... // Lo que hace la gente

T: Mama, tengo una idea de negocio, tienes 5 min?

M: Si claro...

Soy tu madre, estoy orgullosa de ti, no quiero herir tus sentimientos

T: Te gusta mucho tu tablet, no?

M: Si, la verdad es que cada vez lo uso más

Suelo usarlo para leer el correo o navegar por facebook

T: Te gustaria comprar una aplicación con recetas de cocina?

M: Me encantan los libros de cocina, suena bien. Tiene recetas veganas? Recetas para navidad?

Tengo bastantes libros de recetas... La tablet se va a ensuciar en la cocina. ¿Cómo se compra una app? ¿Hay que poner una tarjeta de credito? No creo que eso sea seguro...

La conversación con tu madre... // Algunas recomendaciones

Mama, cuándo fue la última vez que usaste la tablet?

Para que?

Dónde la sueles usar? En la cocina?

Has comprado alguna vez una app?Cuál? Cuándo? Cuánto has pagado?

Usas libros de cocina?

Cuál fue el último libro de cocina que compraste? Cuándo? Cuánto?

Hay algo que no te gusten de los libros de cocina?

¿Cómo de grande es tu mercado?

TAM

CREA TU AVATAR



En el cuadro de al lado respondes aspectos personales.

Complétalo con el resultado de tus sondeos y charlas con posibles compradores.

Al terminar, vas a tener más informaciones para elaborar una estrategia más completa.

¿Cuáles son tus valores?

¿Cuáles son tus metas?

¿Qué consumes diariamente?



Introduce una foto/imagen

¿Qué marcas sueles consumir?

¿Cómo puede impactar positivamente tu negocio en la vida del avatar?

¿Edad?
¿Dónde vives?
¿Dónde trabajas?
¿Qué puesto ocupas?

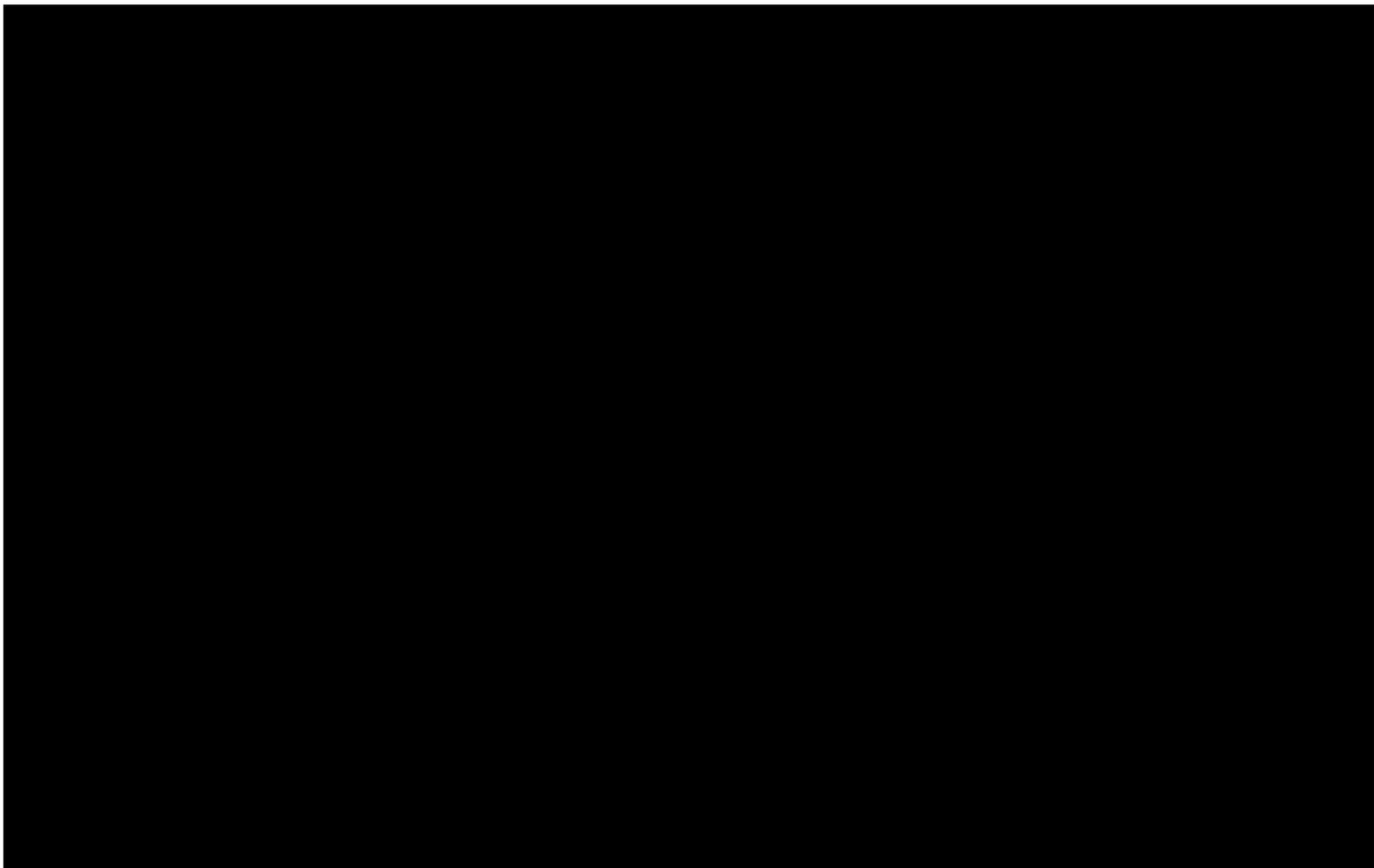
¿Qué sueñas hacer?

Habla sobre la educación y personalidad del avatar

¿Cuáles son tus debilidades?

**Identifica a tus
próximos 10 clientes**

Habla con ellos



martapalomar@ceei-castellon.com



MOVE UP!
PROGRAMA DE DESARROLLO PARA EMPRENDEDORES

