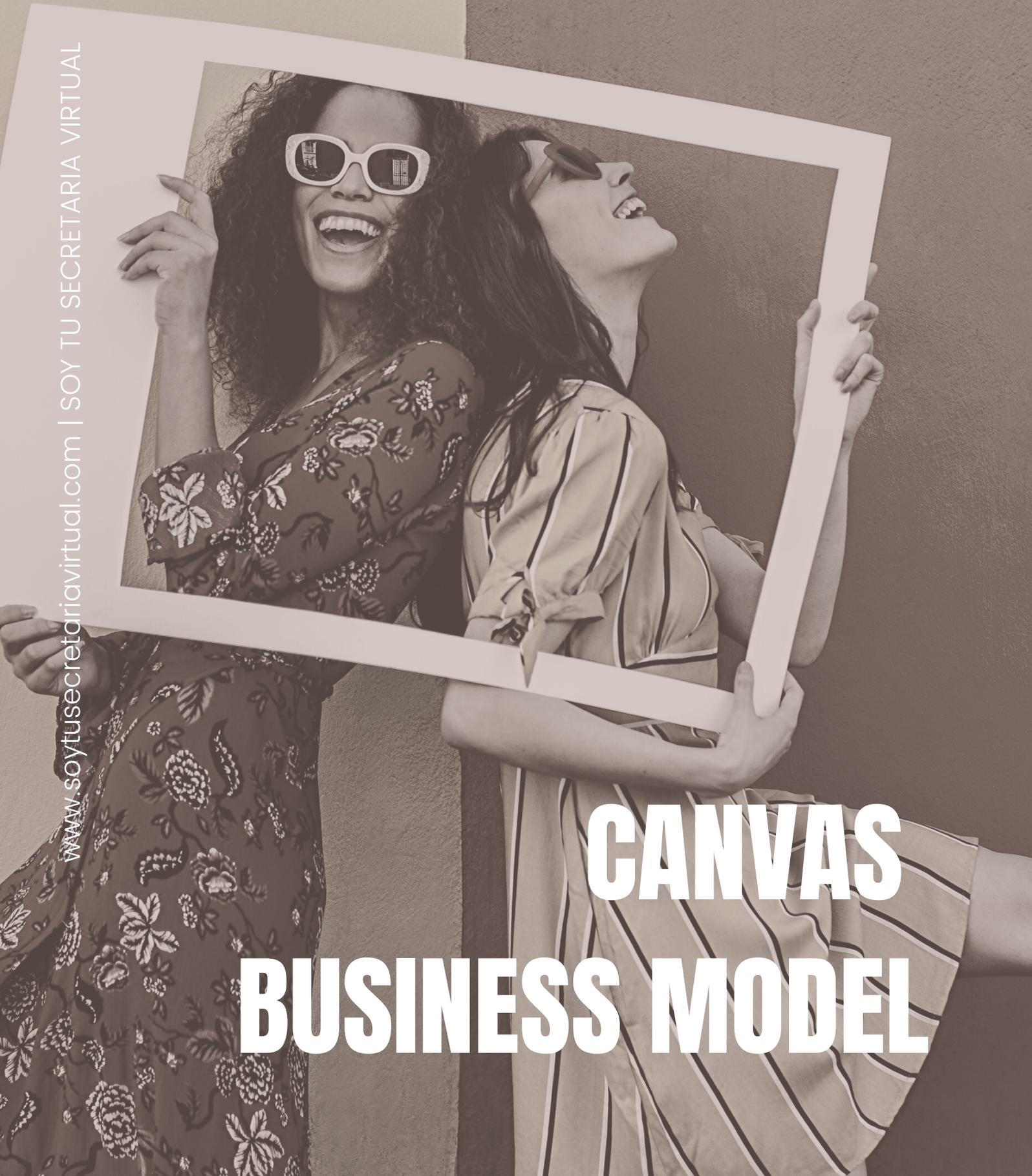


www.soytusecretariavirtual.com | SOY TU SECRETARIA VIRTUAL



# CANVAS BUSINESS MODEL

# **CANVAS BUSINESS MODEL**

2da Edición Abril 2020

Soy tu secretaria virtual  
Nutrimos & acompañamos proyectos

# UN ALIADO DE TODO PROYECTO

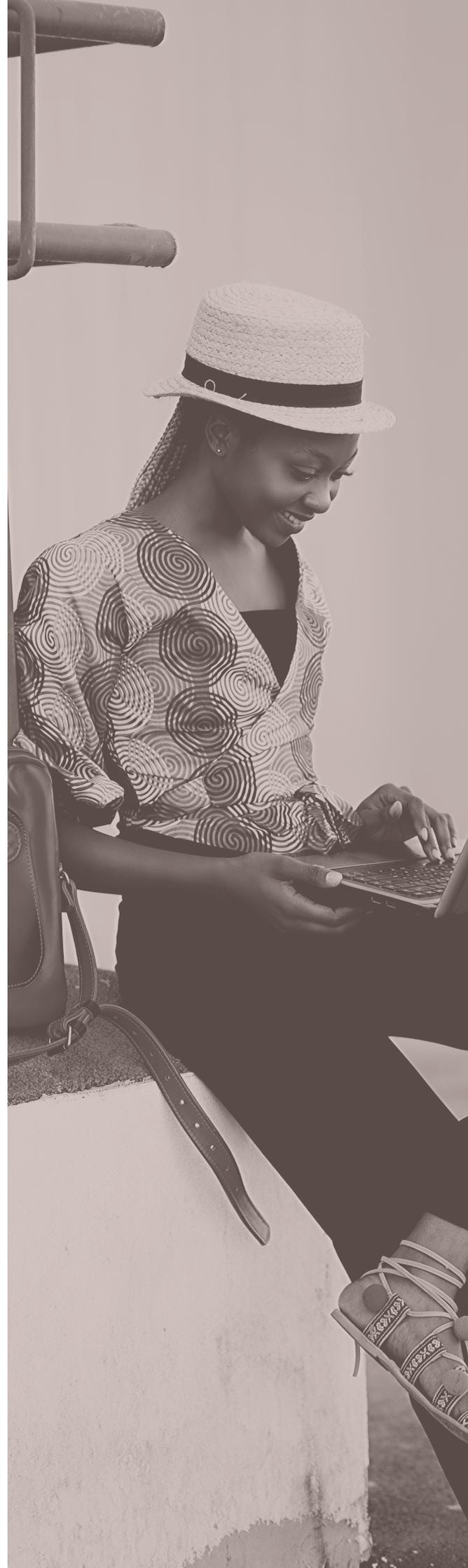
MATERIAL PARA EMPRENDEDORES

El querido Canvas de cada día!  
Un aliado, un amigo, un mapa de ruta para que puedas ver con claridad desde donde inicias un proyecto y medir su evolución a lo largo del tiempo.

Cuando nos embarcamos en la aventura de crear algo propio a veces nos salteamos algunos aspectos de organización básica. Para eso está este material!

Para que puedas revisar desde cero tu propuesta teniendo en cuenta algunos pilares fundamentales.

Preguntas y conceptos claves para que tengas a mano una herramienta diagnóstica.



# SIMPLE ES BUENO

A veces empezamos por la gran visión de lo que algo puede ser y sin darnos cuenta, nos apuramos.

Tomate tu tiempo, cocina a fuego lento tu proyecto, permítete encontrar que es lo que realmente querés hacer y generar en los demás y crecés desde ese lugar. Con solvencia y con placer.

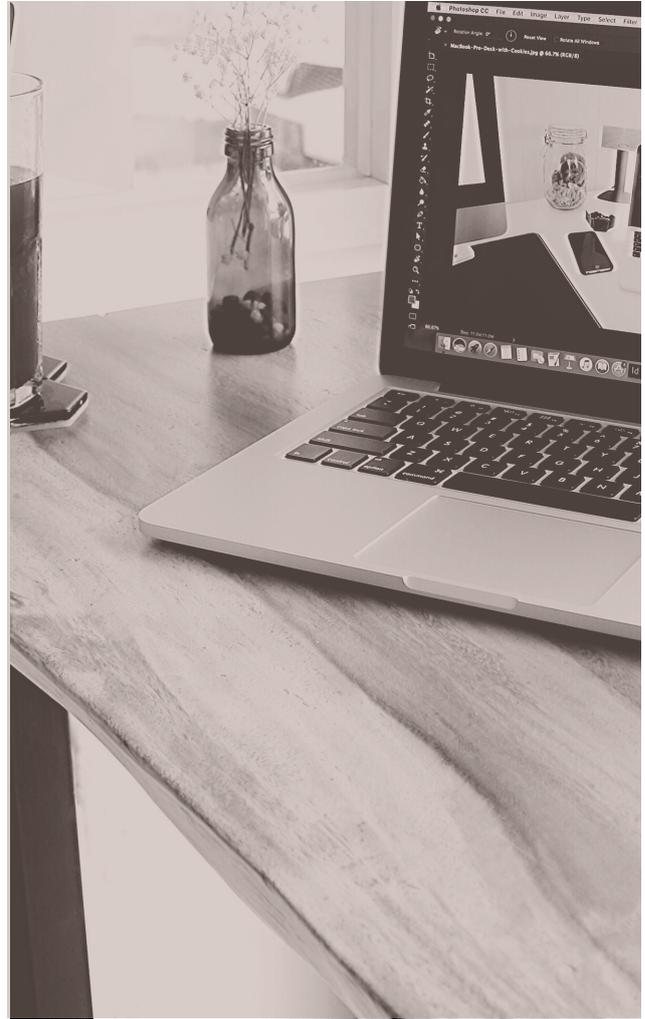


## ¿VAMOS?

El Canvas Business Model (o dicho en español Lienzo de Modelo de Negocios), es un recurso para analizar el inicio y el seguimiento de un proyecto.

Usualmente vas a encontrarlo como un cuadro o gráfico de doble entrada, pero en este caso, preparamos una adaptación y convertimos ese cuadro en preguntas para favorecer tu relato, y que cuentes tu historia desde cero.

# ¡PONÉ FECHA !



Lo primero es ubicarnos es el espacio y el tiempo. Dijimos que vamos a trabajar con una herramienta diagnóstica, pues bien, segmentemos entonces el tiempo que vamos a diagnosticar.

La gracia de ésto es que va a permitirte comparar períodos luego y así, vas a tomar decisiones con mayor información.



# ¿CÓMO SE LLAMA TU PROYECTO?

Si todavía no tiene nombre o estás en duda, escribí tus opciones, ideas y conceptos para que pueda ir bajando a tierra.

# ¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES CLAVE?

Seguramente se te ocurran muchas cosas, pero ahora tratá de enfocarte en esas actividades básicas que desarrollas a través de tu emprendimiento y ubicalas en un orden de prioridades.

Es decir, las actividades más fuertes primero y después las que no lo son tanto.

Por ejemplo, quizás sos profe de yoga, y la actividad principal es dar clases, pero tal vez también tengas una tienda online que sería una segunda prioridad. Armá tu lista con todas las actividades reales que ofrecés o querés ofrecer.





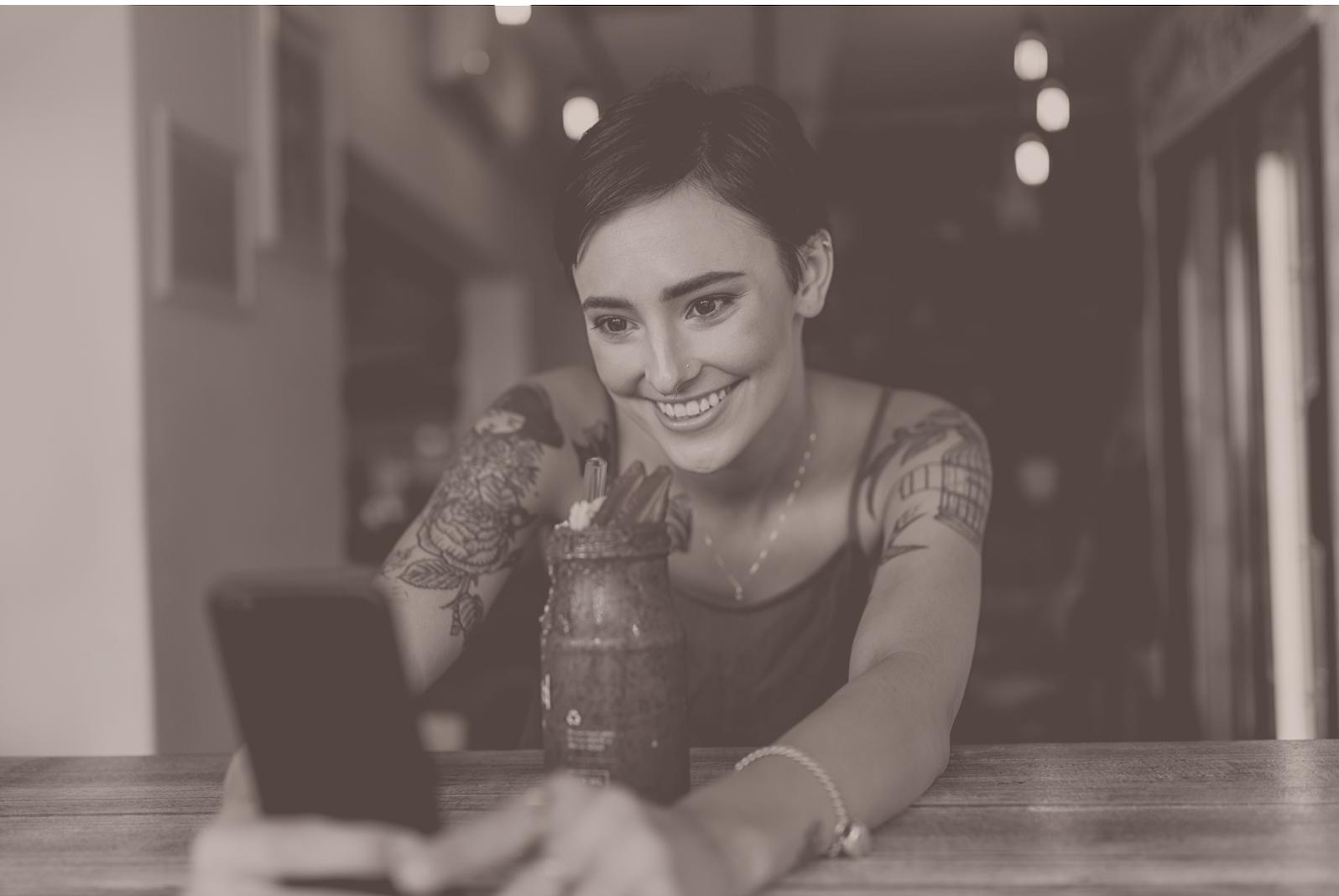
# ¿TENÉS SOCIOS? ¿CÓMO SE DISTRIBUYEN LOS ROLES?

A la hora de llevar a cabo cualquier actividad encontramos que son muchas las tareas necesarias y algunas hasta pueden llegar a pasar desapercibidas y ni siquiera contarse como tal.

Entonces, pensá ¿qué es todo eso que hacés cada día para que tu proyecto funcione?

¿Lo hacés sól@, o son actividades repartidas?

¿Quién se ocupa de cada cosa? (teniendo en cuenta áreas de planificación, investigación, comunicación, gestión, venta y seguimiento)



# ¿CUÁL ES TU PROPUESTA DE VALOR?

Tu propuesta de valor, es "eso" que te diferencia de los demás, que te destaca y que permite que te elijan frente a servicios similares. Tiene mucho que ver con la manera en la que desarrollas tus ideas y con el problema que tu servicio ayude a resolver.

Entonces.. ¿Por qué con vos?  
¿qué problema estás resolviendo?

# ¿QUIÉN ES TU CLIENTE?

Querer captar a todo el mundo hace que nos diluyamos en la variedad de propuestas existentes y perdamos nuestra propia voz, por eso es interesante definir que queremos transmitir y a quienes queremos apuntar.

Pensá entonces... ¿quién es tu cliente? ¿dónde está? ¿qué edad tiene? ¿qué tipo de persona es? ¿qué necesita? ¿qué hábitos de consumo tiene? ¿qué le preocupa? ¿qué le divierte? ¿qué lo conmueve? ¿cuál es su problema principal?

Teniendo en cuenta a quién le hablas, podés desarrollar tu comunicación y tus servicios de manera mucho más efectiva.



# ¿QUÉ ESPERA DE VOS TU CLIENTE?



Tener en mente esta pregunta te puede ayudar mucho a organizarte, a preparar tus protocolos de acción y a anticiparte a situaciones.

Por supuesto que va a haber expectativas que no sea necesario cubrir,

pero entender el deseo y las necesidades de las personas que puedan contratarte te permite evaluar mucho mejor tu servicio.

Algunos clientes esperan que el servicio se entregue rápido, otros un excelente trato de post-venta.... Y tus clientes ¿qué esperan?

¿Querés y podés responder a esas expectativas?

# ¿QUÉ RECURSOS CLAVE NECESITÁS PARA DESARROLLAR TU PROYECTO?

Desde lo sutil a lo concreto y empezando por tener tiempo para poder dedicarte a desarrollar tu propuesta.... ¿Qué otros recursos claves necesitas?

Quizás es un espacio físico, o un dispositivo electrónico, materia prima o asesoramiento... Hacer una lista con cada punto que te parezca clave y ordenarla por prioridades.



# ¿CON QUÉ RECURSOS CONTÁS EN ESTE MOMENTO?

Siempre desde algún lugar se empieza, por lo que estás invitad@ a revisar que es lo que SI TENÉS.

Quizás es capital, quizás son contactos específicos... Enumerá cada recurso que sientas que tenés disponible hoy .

Te dejamos una pista para comenzar: tu actitud también puede ser un recurso. Si sos paciente, disciplinad@ y estas entusiasmad@ tenés mucho a favor.





# ¿QUÉ QUERÉS DECIR? ¿POR QUÉ CANALES VAS A COMUNICAR?

¿Qué quieres decir?, es una pregunta que alude a un mensaje central que tu proyecto tenga para desarrollar.

Puede estar delineado en un slogan y va a resultar un eje en tu comunicación. No nos referimos entonces a cada frase exclusiva que tu marca publique, sino a un mensaje central que tu marca proponga y se manifieste en toda la identidad de tu proyecto.

Ahora bien, para volver tangible ésto te sugerimos delimitar que canales vas usar para darte a conocer.

Te sugerimos evaluar los canales posibles (webs, blogs, redes sociales, foros..) y elegir solamente aquellos con los que te puedes comprometer y que a su vez tengan relación tu público objetivo, es decir, con tus potenciales clientes.

De esta manera, tu mensaje se optimiza un montón!



# COSTOS E INGRESOS

Un dato no menor a la hora de desarrollar un proyecto es medir tus recursos reales a la hora de planificar tus pasos en el tiempo. Si bien ésto es una obviedad, es justamente lo más obvio lo que a veces se nos escapa.

¿Tenés organizadas tus finanzas?

## 3 ACCIONES, 3

Ahora, con todo lo hecho hasta acá: Si tuvieras que definir 3 pasos próximos que te parezcan importantes, para llevar a cabo en los próximos 2 meses, ¿cuáles serían?

Pueden ser por ejemplo armar el branding de tu marca, hacer un book de fotos, contactar personas estratégicas, contratar ayuda...

Entonces, ¿cuáles van a ser tus próximas 3 acciones?

TE RECOMENDAMOS GUARDAR ESTE EJERCICIO Y  
VOLVER A HACER TU CANVAS CADA 3 MESES.

HACIENDO TU PROPIO SEGUIMIENTO VAS A  
CAPITALIZAR MUCHÍSIMA INFORMACIÓN

## **CONTACTANOS**

Soy tu secretaria virtual  
[www.soytusecretariavirtual.com](http://www.soytusecretariavirtual.com)  
[hola@soytusecretariavirtual.com](mailto:hola@soytusecretariavirtual.com)  
Nutrimos & acompañamos proyectos