

# ANALIZAR IDEAS Y ACELERAR PROYECTOS EN INTERNET

otr  puntodevista

 BOOSTER

Soterrani de les Idees 12-6-2015

Organiza: AER Asociación de  
Emprendedores Rurales

# Generar y Validar ideas de negocio en internet

Quique Mora 12-6-2015

Vivimos una época épica



# Vivimos una época épica

Acceso a formación e información

Acceso a un mercado mundial

Acceso a nuevas tecnologías

# Generar ideas



50 W

WONG FISHERIES  
KUM  
ERIEG  
WONG FISHERIES  
KUM  
WONG FISHERIES  
KUM  
WONG FISHERIES  
KUM

Amperex  
Mobile Power  
INVERTER

3K  
DRY CHARGED BATTERY  
NS100  
12 VOLTS

¿Quién tiene negocios en internet?

¿Quién tiene web?

¿Una web es un negocio en internet?

¿Quién tiene una idea de negocio en internet?

¿Estas sin ideas? o ¿Tienes demasiadas?



# ¿Tienes una idea de negocio en internet?, estas en el sitio adecuado.

Invierte en ti mismo y aprende a analizar, construir y promocionar negocios rentables, negocios en auge y negocios con futuro en internet.

## Consultoría de negocios en internet

### ANÁLISIS

- Producto
- Mercado
- Diferenciación
- Viabilidad



# 1

### CONSTRUCCIÓN

- Plataforma
- Estructura
- Contenidos
- Analítica Web



# 2

### PROMOCIÓN

- MKT Guerrilla
- SEO Posicionamiento
- SEM Anuncios
- SMO Relaciones públicas



# 3

Tenemos  
PROYECTOS  
PROPIOS  
y son  
RENTABLES!

Éxito  
EN  
TRES  
Fases

### Consultoría adaptada a cada tipo de cliente



#### Emprendedor

Para emprendedores con una idea. Todavía no tenemos ventas.



#### Start-Up

Para startups con un proyecto. Con algunas ventas offline. Llevas



#### Negocio

Para negocios. Con ventas offline y con mucha presencia del



#### Empresa

Para empresas. Con ventas offline y algunos contactos o ventas




Cosmetica de rosas  
Tienda onlineAnaliza tu idea  
Web blogCreativeClothing  
Tienda onlineNiu Lifestyle  
Portal B2BTacadetinta  
Web visualViveloft  
Tienda onlineImportardechina  
Web blogMundance  
Tienda onlinePortal Vall d'Albaida  
PortalLapidasparanichos  
Tienda onlineShidodancewear  
Tienda onlineDrBelda  
Web blog

12

MONTESA

12

CARNICERIA  
\* SALCHICHERIA \*



CASA FUNDADA EN  
1896



# Tipos de negocios en internet:

Vender productos

Vender servicios

Vender servicios de publicidad

# Vender productos

## Físicos

Propios

Proveedores, dropshipping

## Info-productos

Propios

Proveedores, afiliación

Vender servicios

Locales

En directo o diferido

Globales

Saas

Productizados

Programas formativos

Colaborativos

Blablacar

Vender servicios de publicidad

Artículos patrocinados

Banners o venta de impresiones

CPA Coste por adquisición  
(Click, email, etc)



# Dropbox

I'm already a Dropbox user

I'm new to Dropbox

# Modelos de negocio

Productos vinculados

Maquinilla y cuchillas

Pago por uso

Alquileres casas, coches

Modelo de dos lados

Periódicos gratuitos

Larga cola

Amazon o Bubok



# Modelos de negocio

Cebo y anzuelo

Telefonía con permanencia

Nube SaaS

SalesForce, Iristrace

Freemium

Dropbox, Mailchimp

Co-creación

Wikipedia



Ideas de negocio

GEL

Pasión

Love

Habilidad

Experience

Crecimiento

Growth

Características

Vs Beneficios

Producto

Vs Solución

# Validar ideas

$$\boxed{E = mc^2} = \left\{ m = \frac{m_0}{\sqrt{1 - \frac{v^2}{c^2}}} \right\} = \frac{m_0 c^2}{\sqrt{1 - \frac{v^2}{c^2}}}$$

$$\frac{v}{c} = \gamma \ll 1 \Rightarrow (1 - \gamma^2)^{-1/2} \approx 1 + \frac{\gamma^2}{2} + \dots$$

$$\Rightarrow E \approx m_0 c^2 \left( 1 + \frac{v^2/c^2}{2} \right) = m_0 c^2 + \frac{m_0 \cancel{c^2} v^2}{2 \cancel{c^2}}$$

$$= m_0 c^2 + \boxed{\frac{1}{2} m_0 v^2}$$

QED

Analizar la idea

Concretar la idea

Desarrollar la idea

Contar tu idea

Rellenar un modelo "Canvas"

<p><b>Problema</b></p> <p>Cual es el principal problema de ese segmento de clientes, cual es su dolor. Buscamos obviamente problemas relacionados con tu actividad.</p> <p>a) <i>Hasta que no vuelvan al pueblo no la pueden contratar.</i></p> <p>b) <i>No encuentra ideas originales</i></p> <p>c) <i>Tener que desplazarse para los tramites.</i></p>	<p><b>Solución</b></p> <p>Cuales son las 3 características más importantes de tu producto/ servicio que les ayudan a resolver sus problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Compra sin desplazamientos, veras fotos.</i></li> <li>- <i>Diseño a medida, veras varios bocetos.</i></li> <li>- <i>Todo incluido, sabes el precio desde ya.</i></li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor ÚNICA</b></p> <p>Es la frase o slogan que define lo que te hace especial. Fácil de decir, difícil de sintetizar.</p> <p><i>Vendemos lapidas grabadas, acabadas y colocadas, todo incluido en el precio.</i></p>	<p><b>Ventaja</b></p> <p>Recoge ese algo que te hace especial y diferente, lo que causa que los clientes sigan viniendo a por más.</p> <p><i>-Compra y olvídate, te mantenemos informado, boceto lapida, foto del nicho y toma de medidas, pago tasas, colocación y FOTO FINAL.</i></p>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <p>A quien vas a vender tu producto o servicio. Identifica clientes concretos, con un nombre y luego agrupa a todos los que tienen esas mismas características en un grupo de clientes.</p> <p>a) <i>Familiares que entierran al difunto en el pueblo u otra ciudad.</i></p> <p>b) <i>Familiar que busca una lapida personalizada.</i></p> <p>c) <i>Familiares que no quieren desplazarse para seleccionar la lapida y verla colocada</i></p>
<p><b>Métricas</b></p> <p>Qué actividades queremos medir y cómo, generar indicadores que luego nos ayuden a tomar decisiones.</p> <p><i>Por tráfico: Directo, SEO, SEM, Referencia:</i></p> <p><i>Visitas, (su coste), contactos y ventas.</i></p>			<p><b>Canales</b></p> <p>Cómo vas a hacer llegar tu solución a los segmentos de clientes con los que vas a trabajar. Es importante no sólo pensar en la fase de la venta sino en toda la experiencia de cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>MKT de guerrilla y tradicional. Adwords.</i></li> <li>- <i>Contenidos útiles para aparecer en Google.</i></li> <li>- <i>Atención al cliente exquisita, teléfono, chat, email, whatsapp etc...</i></li> <li>- <i>presupuestos, bocetos, etc.</i></li> </ul>	
<p><b>Estructuras de costes</b></p> <p>Anotar todo lo que nos cuesta dinero, e indicar el gasto aproximado que tendremos mensualmente...</p> <p><i>Variable: compras aprox 40% mas: emablaje, portes, tasas y colocación. También publicidad.</i></p> <p><i>Fijo: Local, teléfono, gestoría, hosting, content currator, y otros colaboradores, administración.</i></p>		<p><b>Flujos de ingresos</b></p> <p>Cómo vamos a ganar dinero, no solo quien pagará, sino en el margen, valor del cliente, posible recurrencia...</p> <p><i>Compra no recurrente, debe tener margen bruto alto (30% en lapidas y +50% en accesorios).</i></p> <p><i>Un mas margen que el marmolista tradicional.</i></p>		





# Filtrar ideas

Riesgo del emprendedor

Riesgo del producto

Riesgo del cliente

Riesgo del mercado

Riesgo del negocio

Validar ideas

Sal a la calle

Entrevista del problema

Producto mínimo viable

Entrevista de solución.

Quique Mora

[www.otropuntodevista.com](http://www.otropuntodevista.com)

[quique@otropuntodevista.com](mailto:quique@otropuntodevista.com)

639 736 823