

# PLANTILLA MODELO CANVAS

Diseñado para:

Amazon

Diseñado por:

modelo-canvas.com

Fecha:

10/07/21

Versión:

1.1

## Socios clave

- Las compañías de transporte para los productos.
- Las compañías que suministran las cajas, precintos y plásticos necesarios.

## Actividades clave

- Gestión de la página web.
- La publicidad de la marca y los productos.
- La logística de los pedidos.

## Recursos clave

- Su página web.
- La distribución que realiza para los pedidos.
- Contar con propios almacenes.

## Propuestas de valor

- Lo principal que ofrece Amazon a sus clientes es:
  - Una web segura y de fácil uso para cualquier tipo de persona.
  - Nos ofrece garantías en la compra de cualquier producto.
  - Consta de una gran variedad de productos.
  - Tienes la opción de que los envíos se hagan de manera rápida.
  - El contacto con el proveedor es sencillo.

## Relación con clientes

- Realiza el seguimiento de todos los pedidos.
- Una buena atención a los clientes.
- Pone a disposición opiniones y foros.
- Servicios automatizados.

## Canales

- La entrega de su propuesta de valor la realizan mediante:
  - Su página web.
  - Ofertas especiales mediante el correo electrónico.
  - Aplicativos para los móviles.

## Segmentos de clientes

- Los principales clientes son:
  - Los particulares es decir personas comunes.
  - Las empresas.

## Estructura de costos

Los costos fijos son:

- Costes de creación de productos propios.
- Costes para la distribución.
- Costes de mantenimiento del servidor.
- Costes de marketing.
- Costes en comisiones de afiliación.
- Salarios de los empleados.

## Fuente de ingresos

Ingresos mediante las ventas en la web.

- Generan ingresos por las suscripciones de usuarios a cuentas premium.
- Finalmente ingresos por la venta de sus propios productos.

# PLANTILLA MODELO CANVAS

Diseñado para:

Diseñado por:

Fecha:

Versión:

## Socios clave

¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de los socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?

MOTIVACIONES PARA ASOCIACIONES: Optimización y economía, Reducción de riesgos e incertidumbres, Adquisición de recursos y actividades particulares.

## Actividades clave

¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor? Nuestros canales de distribución? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestros flujos de ingresos?

### CATEGORÍAS

Producción, resolución de problemas, plataforma / red

## Recursos clave

¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor? Nuestros canales de distribución? ¿Relaciones del cliente? ¿Flujos de ingresos?

TIPOS DE RECURSOS: físicos, intelectuales (patentes de marca, derechos de autor, datos), humanos, financieros

## Propuestas de valor

¿Qué valor le ofrecemos al cliente? ¿Qué problemas de los clientes estamos ayudando a resolver? ¿Qué conjuntos de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de clientes? ¿Cuáles son las necesidades del cliente que satisfacemos?

CARACTERÍSTICAS: Novedad, rendimiento, personalización, "Hacer el trabajo", diseño, marca / estado, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad, conveniencia / usabilidad

## Relación con clientes

¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Qué tan costosos son?

## Canales

A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? ¿Cómo los estamos alcanzando ahora? ¿Cómo se integran nuestros canales? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cuáles son más rentables? ¿Cómo los estamos integrando con las rutinas de los clientes?

## Segmentos de clientes

¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? ¿Es nuestra clientela un mercado masivo, un nicho de mercado, una plataforma segmentada, diversificada y multifacética?

## Estructura de costos

¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave son los más caros? ¿Qué actividades clave son más caras?

ES SU NEGOCIO MÁS: Cost Driven (estructura de costos más ágil, propuesta de valor de bajo precio, automatización máxima, outsourcing extenso), Value Driven (enfocado en la creación de valor, propuesta de valor premium).

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA: Costos fijos (salarios, alquileres, servicios públicos), Costos variables, Economías de escala, Economías de alcance

## Fuente de ingresos

¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Para qué pagan actualmente? ¿Cómo están pagando actualmente? ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

TIPOS: Venta de activos, tarifa de uso, tarifas de suscripción, préstamos / alquileres / leasing, licencias, tarifas de corretaje, publicidad  
PRECIOS FIJOS: Precio de lista, Depende de las características del producto, Depende del segmento de clientes, Depende del volumen  
PRECIOS DINÁMICOS: negociación, gestión del rendimiento, mercado en tiempo real