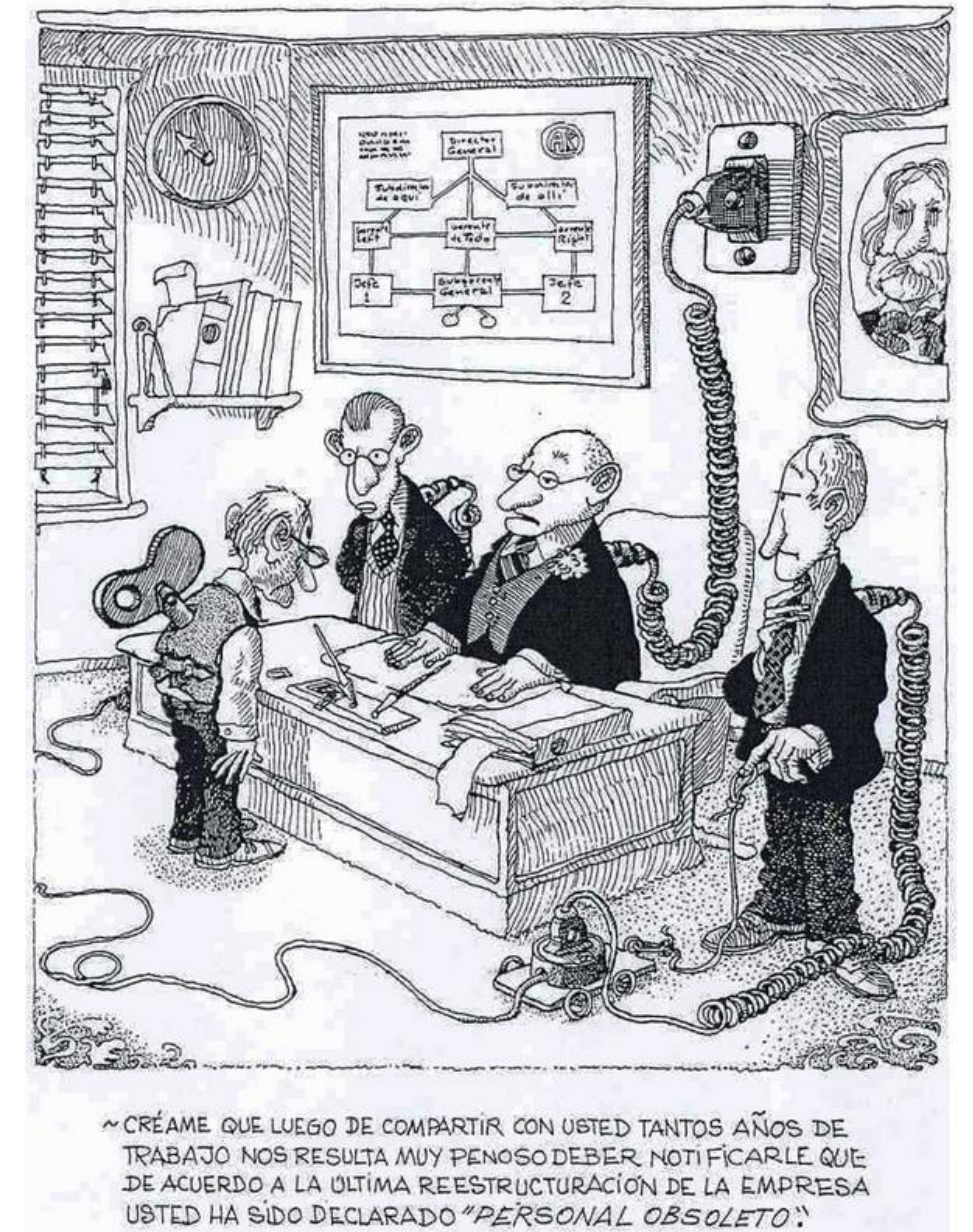
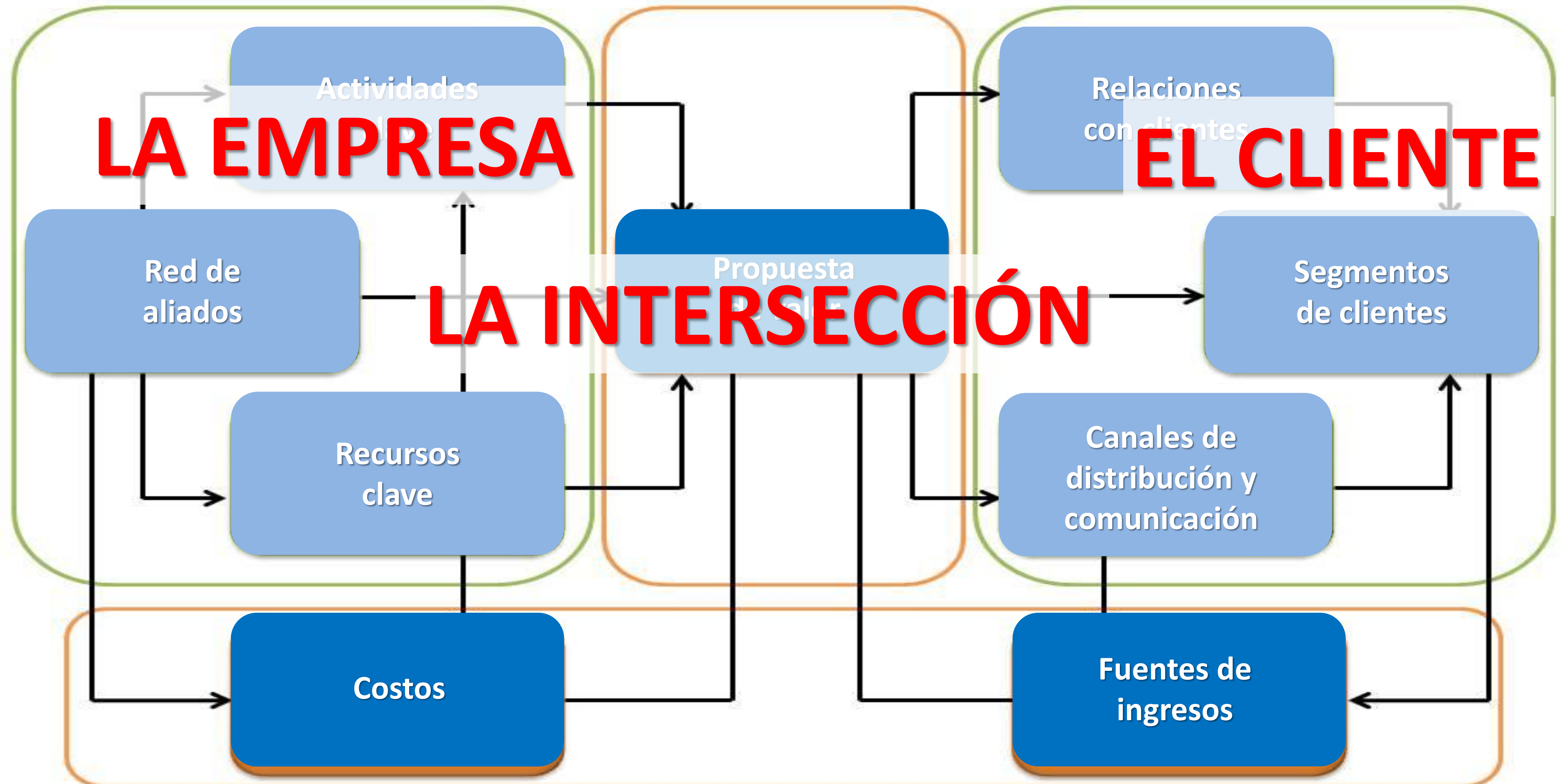


MODELO DE NEGOCIO

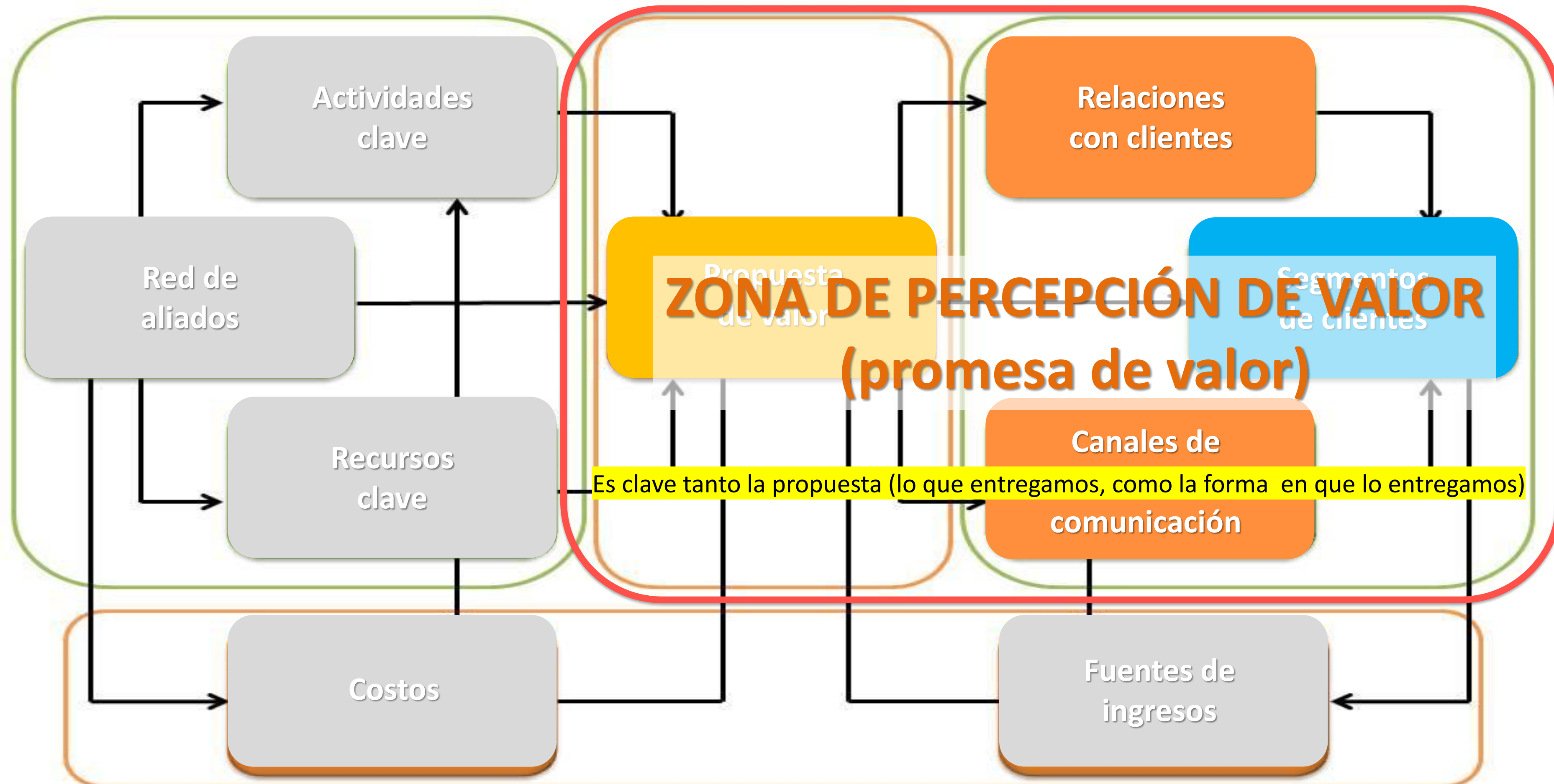
El modelo de negocio es la manera en que la empresa **crea, capta y entrega valor** a sus clientes (*con un enfoque que se orienta a las satisfacer demandas presentes mientras construye propuestas que aseguren su futuro*)



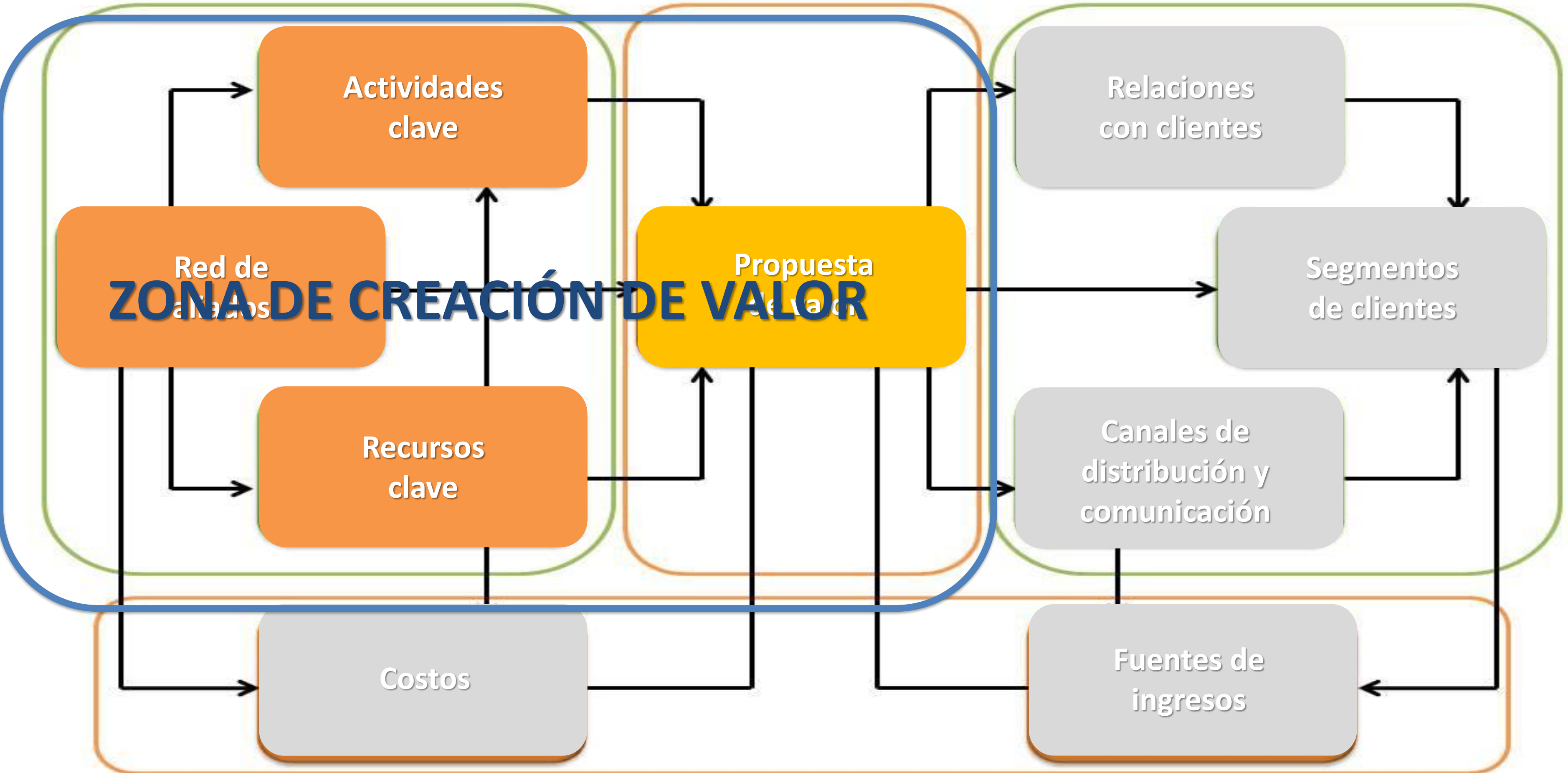
LA MODELIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA (basada en Osterwalder)



ZONA DEL CLIENTE

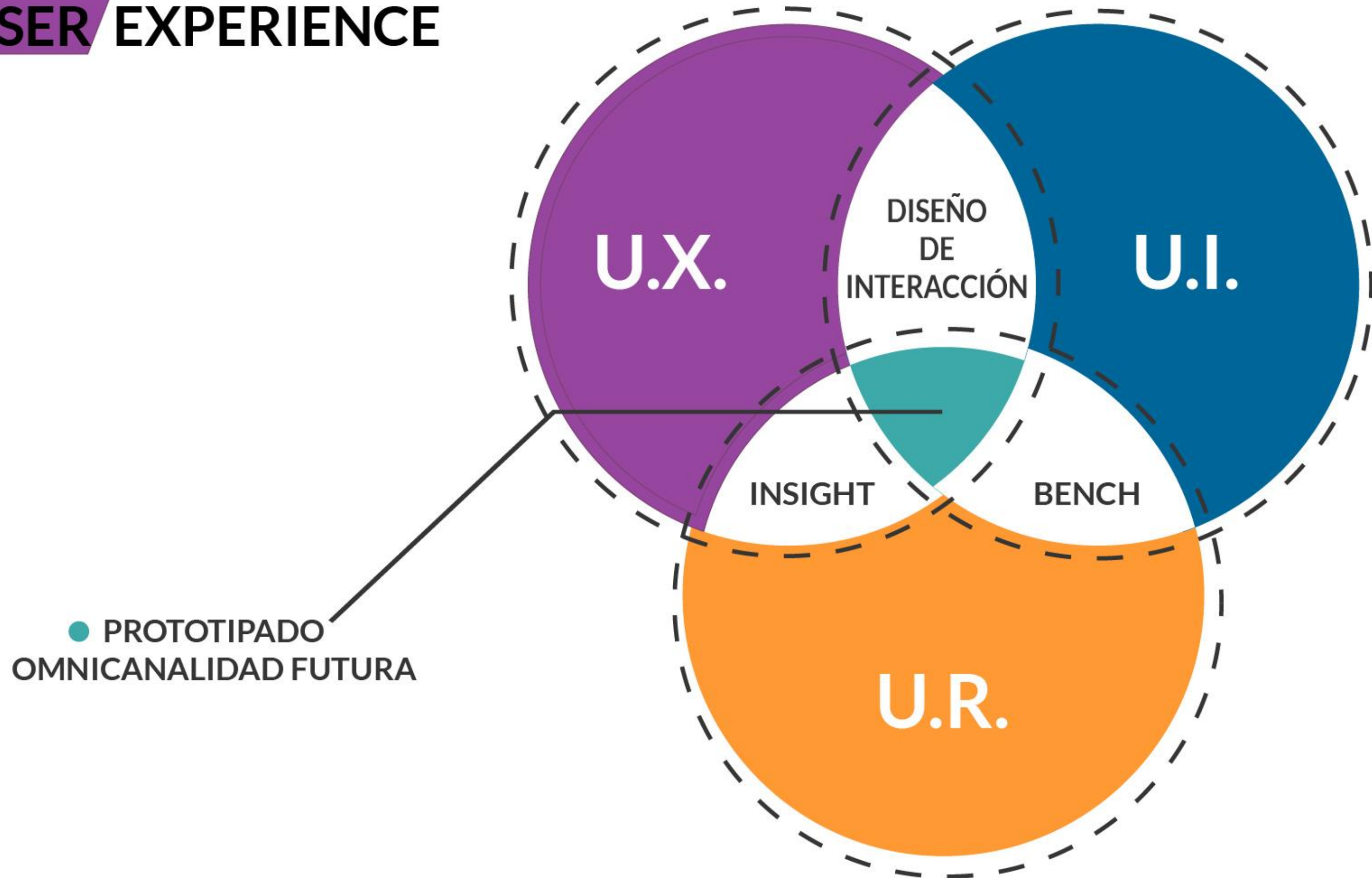


ZONA DEL CLIENTE



Payless.com

USER EXPERIENCE



USER EXPERIENCE



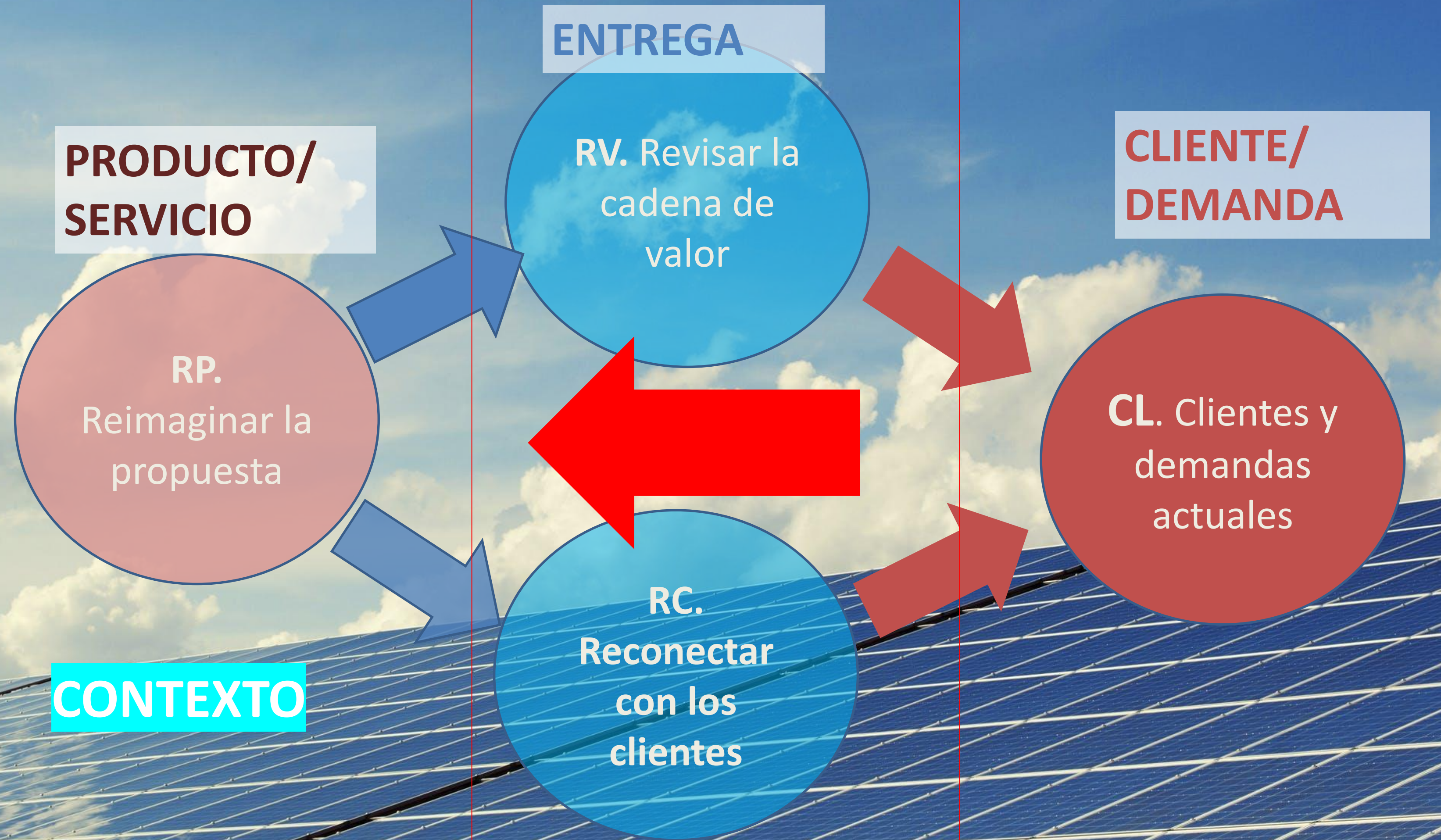
Al diseñar la propuesta la empatía con el cliente es clave, la base del pensamiento del diseño

USER EXPERIENCE

- 1. SI LA EXPECTATIVA CAMBIA DESDE EL CLIENTE**
 - 2. CAMBIA LA CREACIÓN DE LA EXPERIENCIA**
- CON UN NUEVO JOURNEY O VIAJE DEL CLIENTE
(LA PROPUESTA DE VALOR PERCIBIDA)**

**La construcción de valor percibido parte de un proceso (conversión),
asi como de la suma de las percepciones a lo largo del camino (posicionamiento)**

SE MODIFICA EL JOURNEY



Cemex Go

Herramienta digital para comprar cemento o concreto y dar seguimiento desde la puesta de pedido hasta los Servicios postventa que esta empresa le ofrece a sus clientes.

Esta herramienta ha sido muy bien aceptada y en el mundo el 60% de las ventas de esta cementera se realiza mediante esta app y a fidelizado a sus clientes, quienes estan satisfechos del desempeño de la misma.

Línea de Producto

Selecciona un Producto

☐ Concreto

☐ Cemento a granel

☐ Cemento en Saco

Selecciona un Modo de Entrega

☐ Entregado

☐ Recogido

Pago en Proceso

Factura #
9436971469 / 9436971469

0014373278
Infraestructura de Autopista

Fecha de Creación
11 Enero, 2018

Fecha de Vencimiento
Hace 334 días

Orden de Compra
N/A

Contrato
0041135789

Importe Original
\$9,359.87

Saldo Remanente
\$9,359.87



USER EXPERIENCE



1. SI LA EXPECTATIVA CAMBIA DESDE EL CLIENTE ¿QUÉ ESPERA EL CLIENTE?

NOMBRE

Person 1

CUANTOS SON?

0 %

PERSONALIDAD

Add Personality

Objetivos de su trabajo

Demografía

Gender

years

Location

Marital status

Occupation

Income

Cómo se definiría

Experiencia

Motivación

Frustración

Qué lo influencia?

Technology

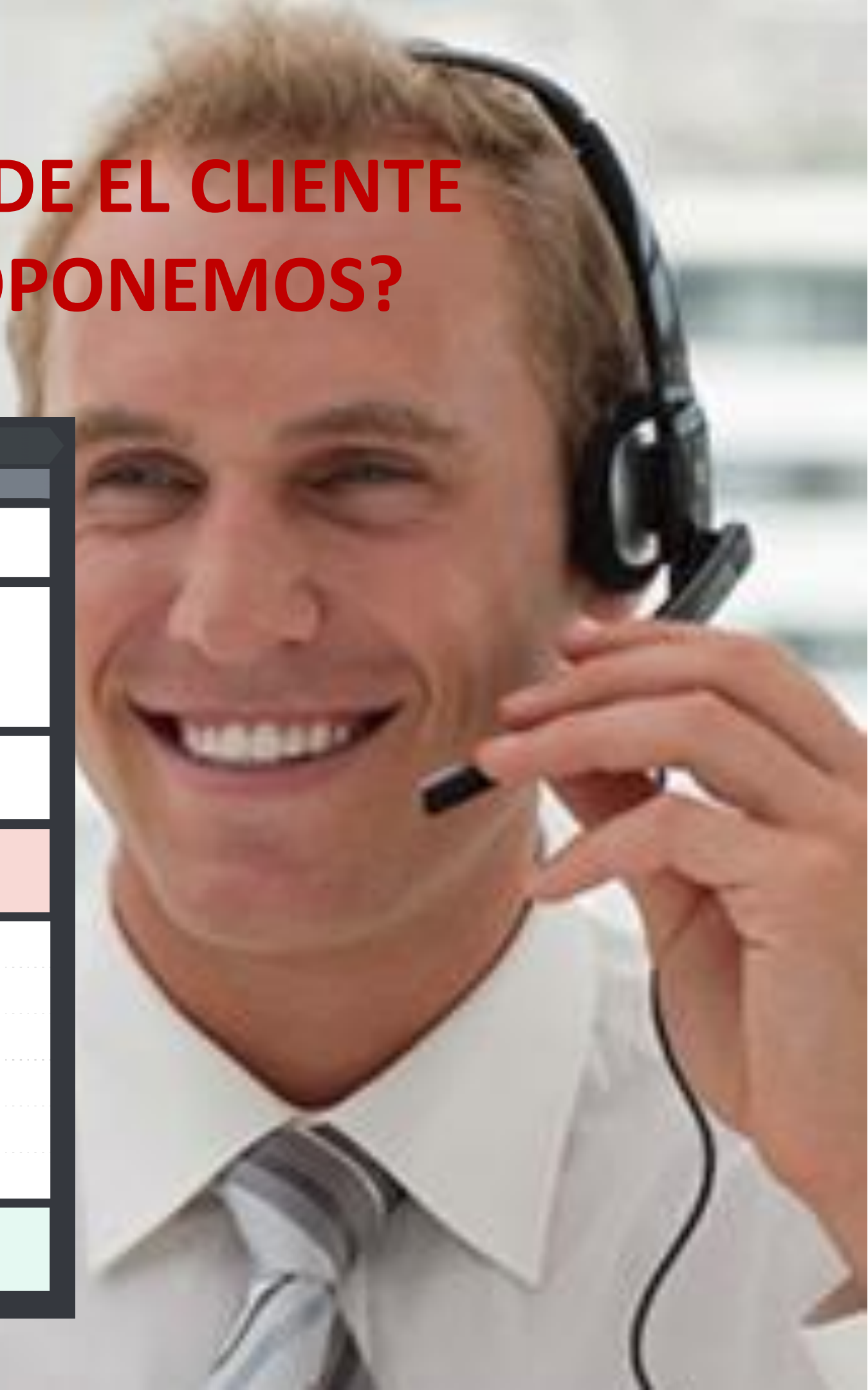
Channels



1. SI LA EXPECTATIVA CAMBIA DESDE EL CLIENTE

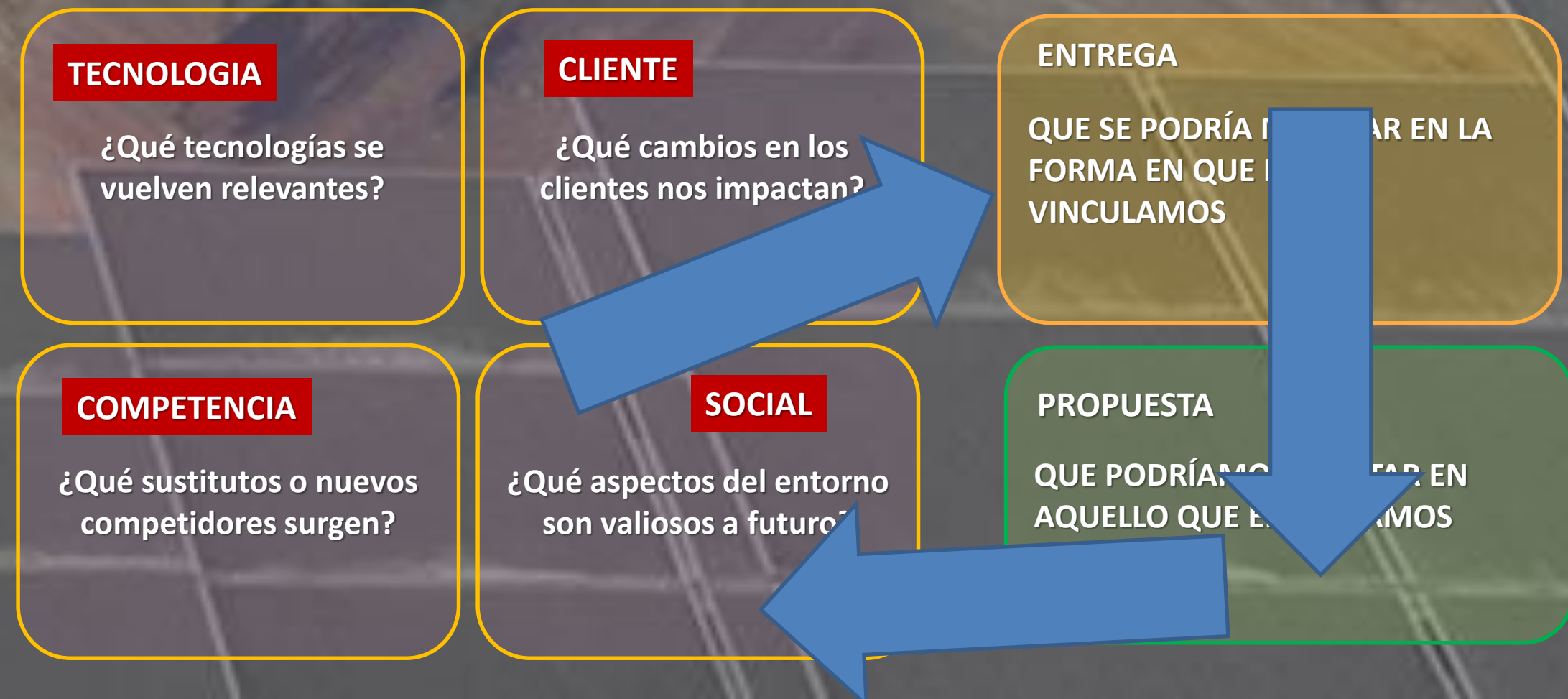
2. ¿CUÁL ES EL VIAJE QUE LE PROPONEMOS?

	ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4	ETAPA 5
objetivo					
actividad del cliente					
Proceso interno					
Problemas posibles					
Experiencia resultante					
Propuesta de mejora					





¿QUÉ NECESITAMOS?



LA REALIMENTACIÓN PERMANENTE

¿QUÉ NECESITAMOS?

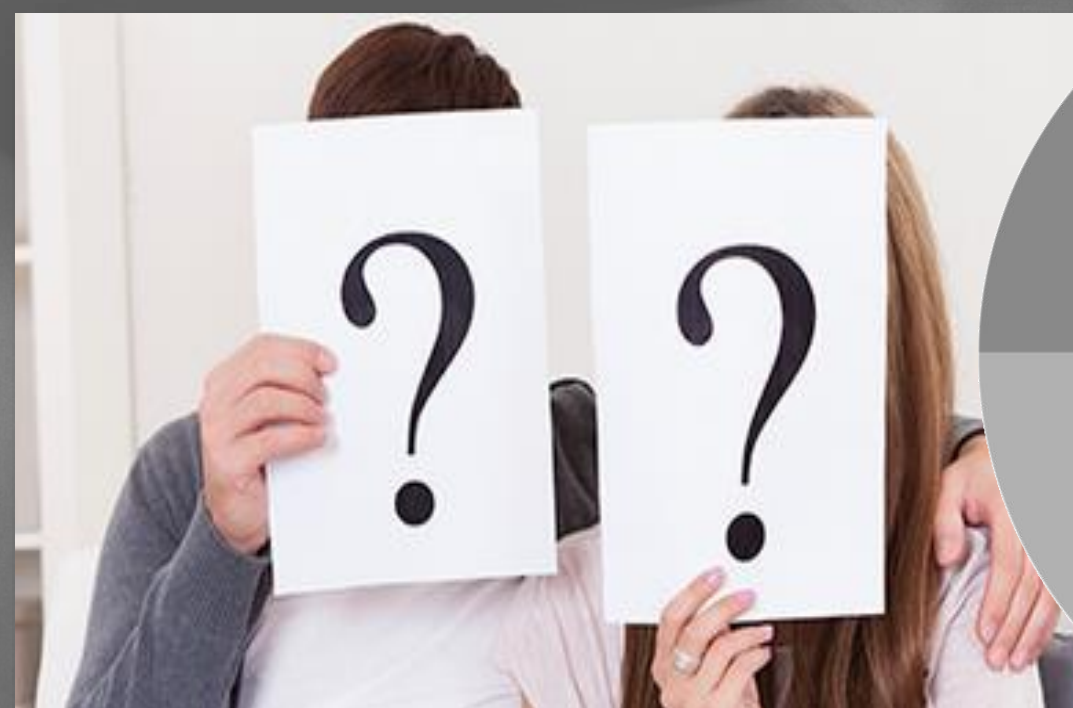
**REPENSAR LA PROPUESTA DE
VALOR**

LA REALIMENTACIÓN PERMANENTE

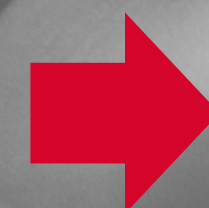


LA PROPUESTA DE VALOR ACTUAL

Segmentos de Clientes



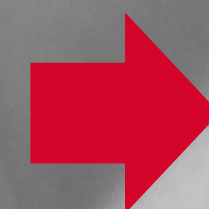
¿Quién es?
¿Qué necesita / desea?



Propuesta de Valor



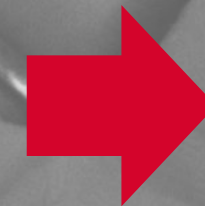
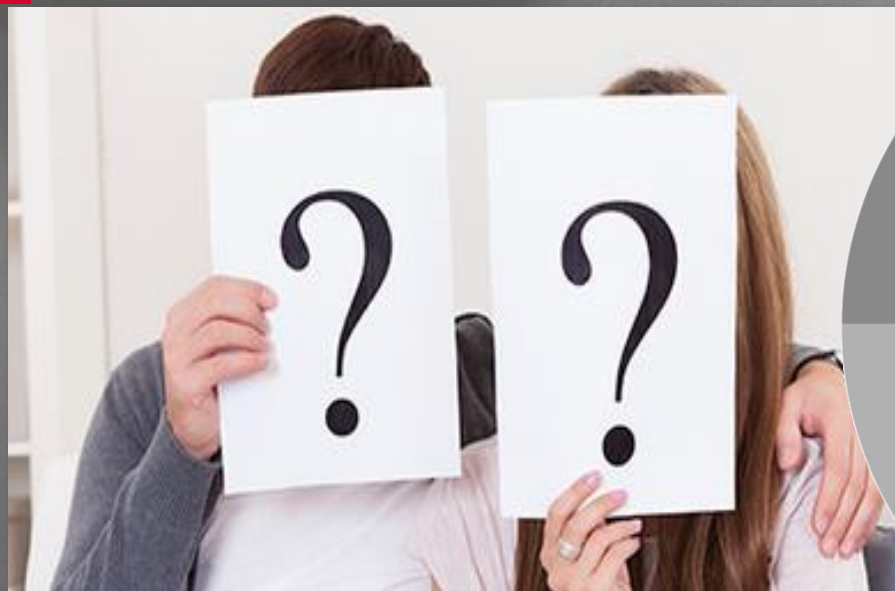
¿Qué le ofrecemos a nuestros
clientes?



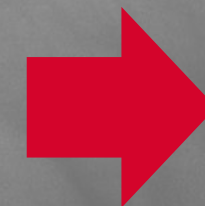
LA PROPUESTA DE VALOR

Segmentos de Clientes

Propuesta de Valor



¿Quién Es?
¿Qué Necesita / Desea?



¿Qué le Ofrecemos a nuestros
clientes?

La Propuesta de Valor





CHAMPION *of the* EARTH

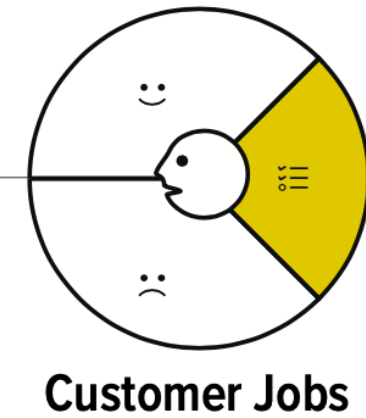
Entrepreneurial Vision

VALUE PROPOSITION FIT



Atención en
consultorio

Desplazarme
Disponer tiempo



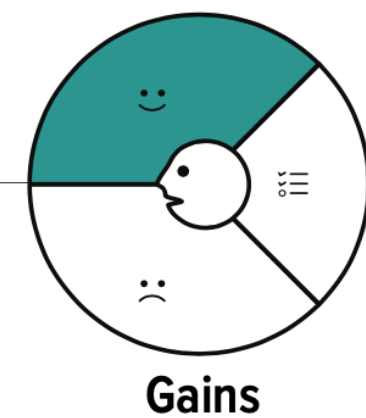
Cita previa
Aviso por SMS

Tiempo de proceso
Tiempo de espera



Consulta remota previa
Una visita
Seguimiento OL

Tranquilidad
Rendiimiento

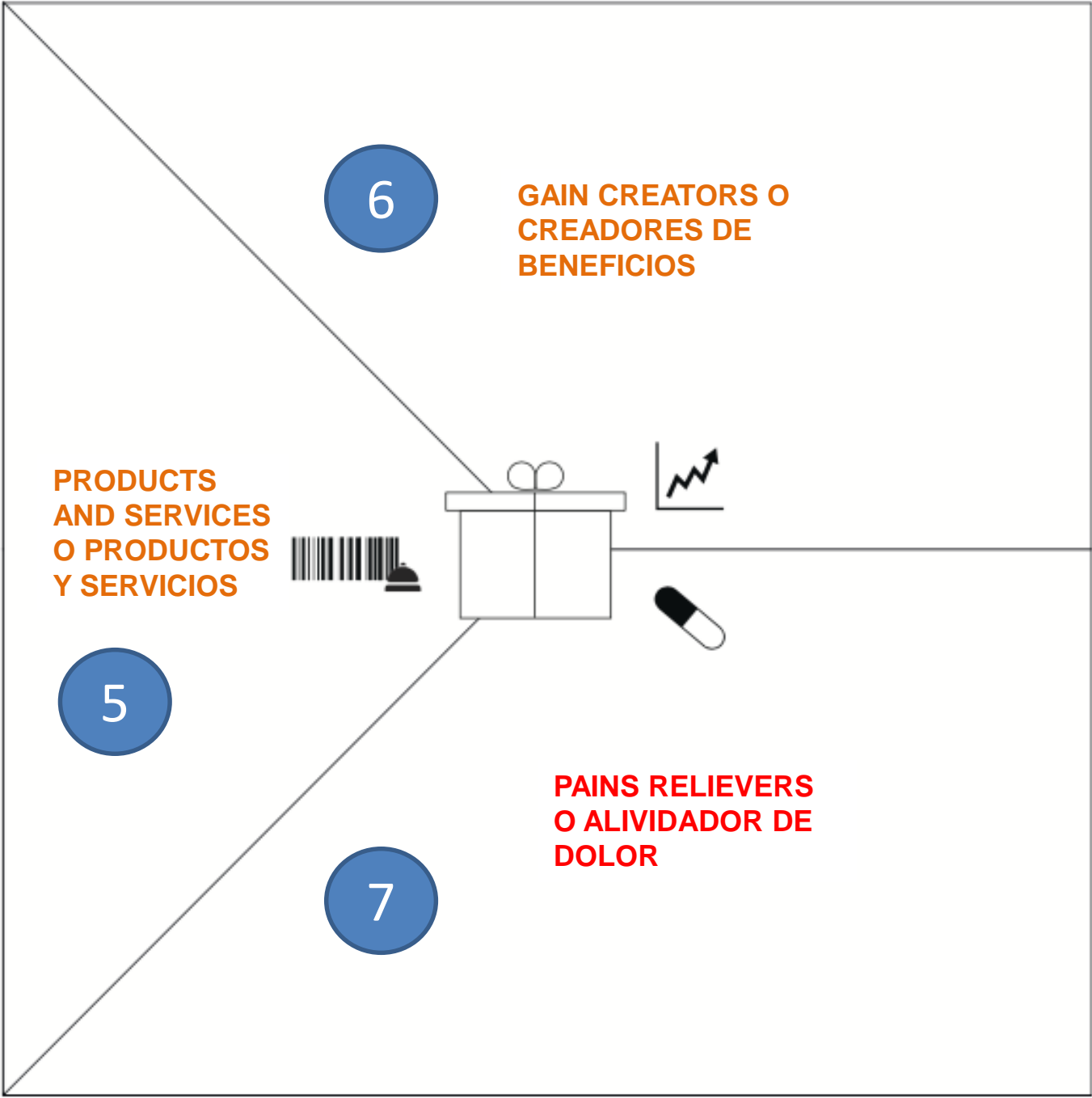


PROYECTO

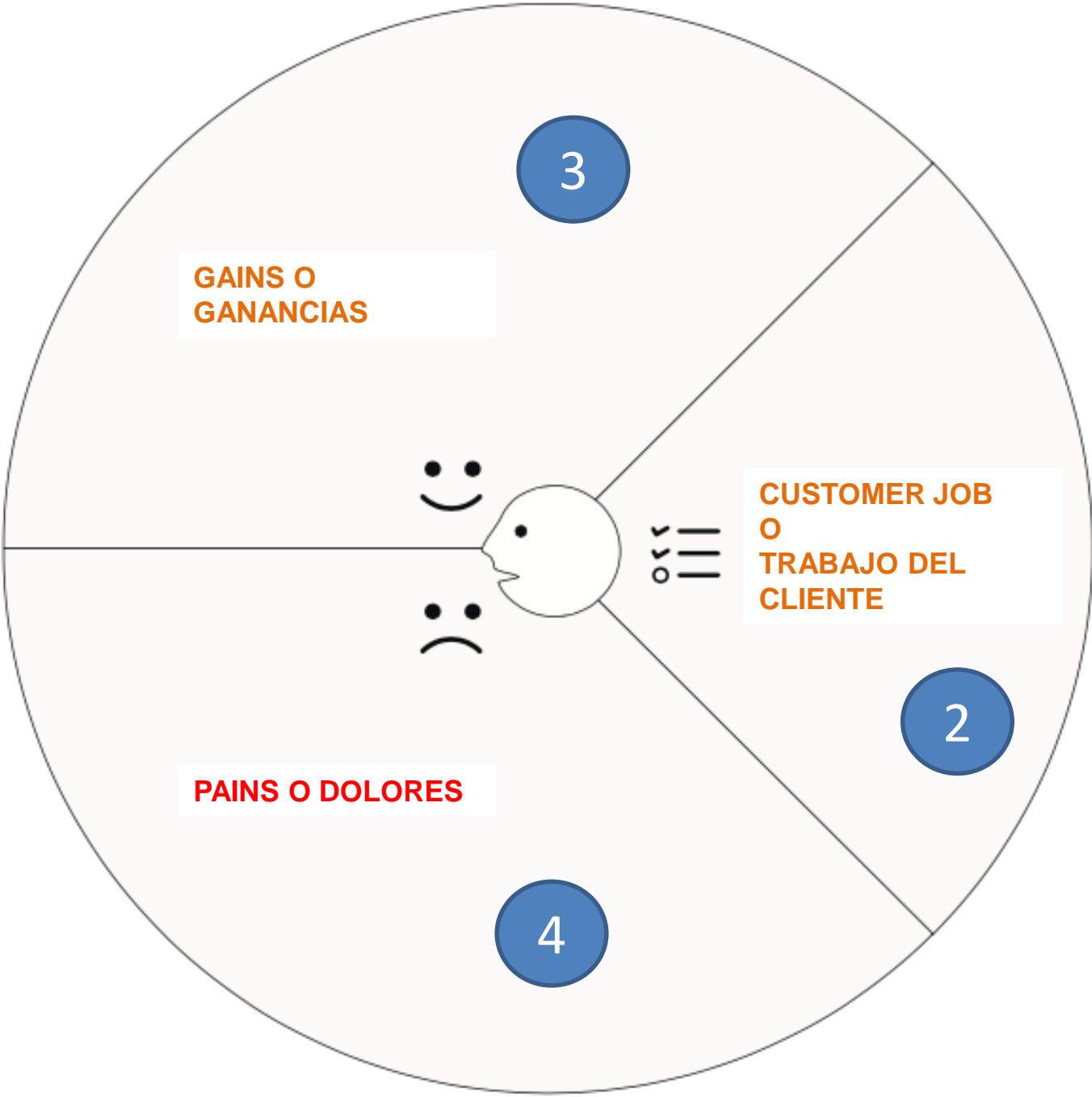
DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE

1

FECHA



MAPA DE VALOR



PERFIL DEL CLIENTE

NOTAS