

Mètode de Creixement Empresarial



#MetodoEmpresarial

Abans de començar

> Motius per crear una empresa:

- Tinc una **idea**
- Tinc una **passió**

Abans de començar

> Única condició d'una empresa:

-Tenir **un client que pagui**

Començem!

#MetodeEmpresarial

Com convertim una **idea excel·lent**
en una **empresa excel·lent**?

Per on començo?
Què he de fer?

#MetodeEmpresarial

Hi ha dos mètodes:

>Mètode **intuïtiu**

>Mètode de **creixement empresarial**

#MetodeEmpresarial

Emprendre
no és una ruleta



El mètode

Aspectes claus:

- > Veure les coses des del **punt de vista del client**
- > **Contrastar** abans d'executar decisions preses

#MetodeEmpresarial

El mètode

1. Segmenta el mercat

- >Identificar sectors potencials
- >Redueix
- >Investigació de mercat

El mètode

Segmenta el mercat

>Identificar sectors potencials

COM? amb una **pluja d'idees** sobre oportunitats de negoci

#MetodeEmpresarial

El mètode

Segmenta el mercat

pluja d'idees

1. Idees sobre oportunitats de negoci
2. Identificar sectors potencials
3. Fer una llista dels usuaris finals

#MetodeEmpresarial

El mètode

Segmenta el mercat

>Redueix

QUINS són els criteris?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Segmenta el mercat

- a. Té el client objectiu un alt poder adquisitiu?
- b. Pot arribar amb facilitat el nostre equip comercial al client objectiu?
- c. Té el client objectiu una raó convincent per comprar?
- d. Pots oferir en l'actualitat un producte acabat o requereix col·laboracions amb altres empreses?
- e. La competència està tan arrelada que pot tancar-te el pas?
- f. Si controles aquest segment, pots aprofitar-lo en entrar amb altres oportunitats de negoci?
- g. S'ajusta el mercat escollit als valors, passions i objectius del equip fundador?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Segmenta el mercat

>Investigació de mercat

QUINA **informació** hem de buscar?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Segmenta el mercat

- >Usuari final
- >Producte / servei
- >Avantatges
- >Clients de referència
- >Característiques del mercat
- >Col·laboradors claus
- >Volum del mercat
- >Competència

#MetodeEmpresarial

El mètode

2. Selecciona un mercat inicial

- > **Escollirem** una de les oportunitats de negoci analitzades anteriorment
- > **Segmentarem** un nou cop aquest mercat per determinar el mercat inicial

El mètode

Selecciona un mercat inicial

COM **escollir la millor** oportunitat de negoci?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Selecciona una mercat inicial

- a. Té el client objectiu un alt poder adquisitiu?
- b. Pot arribar amb facilitat el nostre equip comercial al client objectiu?
- c. Té el client objectiu una raó convincent per comprar?
- d. Pots oferir en l'actualitat un producte acabat o requereix col·laboracions amb altres empreses?
- e. La competència està tan arrelada que pot tancar-te el pas?
- f. Si controles aquest segment, pot aprofitar-lo en entrar amb altres oportunitats de negoci?
- g. S'ajusta el mercat escollit als valors, passions i objectius del equip fundador?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Selecciona un mercat inicial

COM **segmentar encara més** el teu mercat inicial?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Selecciona una mercat inicial

1. Tots els clients d'aquest mercat compren productes similars.
2. Els clients d'aquest mercat compren amb la mateixa freqüència i les seves expectatives sobre el valor que els hi aporten els productes són similars.

#MetodeEmpresarial

El mètode

3. Defineix el perfil de l'usuari final

> El més important és poder **definir els criteris de compra** del nostre usuari final per ordre de prioritats ja que això **determinarà les decisions** de compra que prengui.

El mètode

Defineix el perfil de l'usuari final

- ¿Home o dona?
- ¿Rang d'edat?
- ¿Nivell d'ingressos?
- ¿Ubicació geogràfica?
- ¿Què el motiva (no només des del punt de vista racional, sinó també emocional i social)?
- ¿A què té més por?
- ¿On va de vacances? ¿A sopar? ¿Abans de treballar?
- ¿Quins diaris llegeix? ¿Pàgines web? ¿Quins programes veu?
- En general, ¿Per què compra aquest producte? ¿estalvi? ¿Imatge?
- ¿Pressió social? ¿Què li fa especial? ¿Diferent?

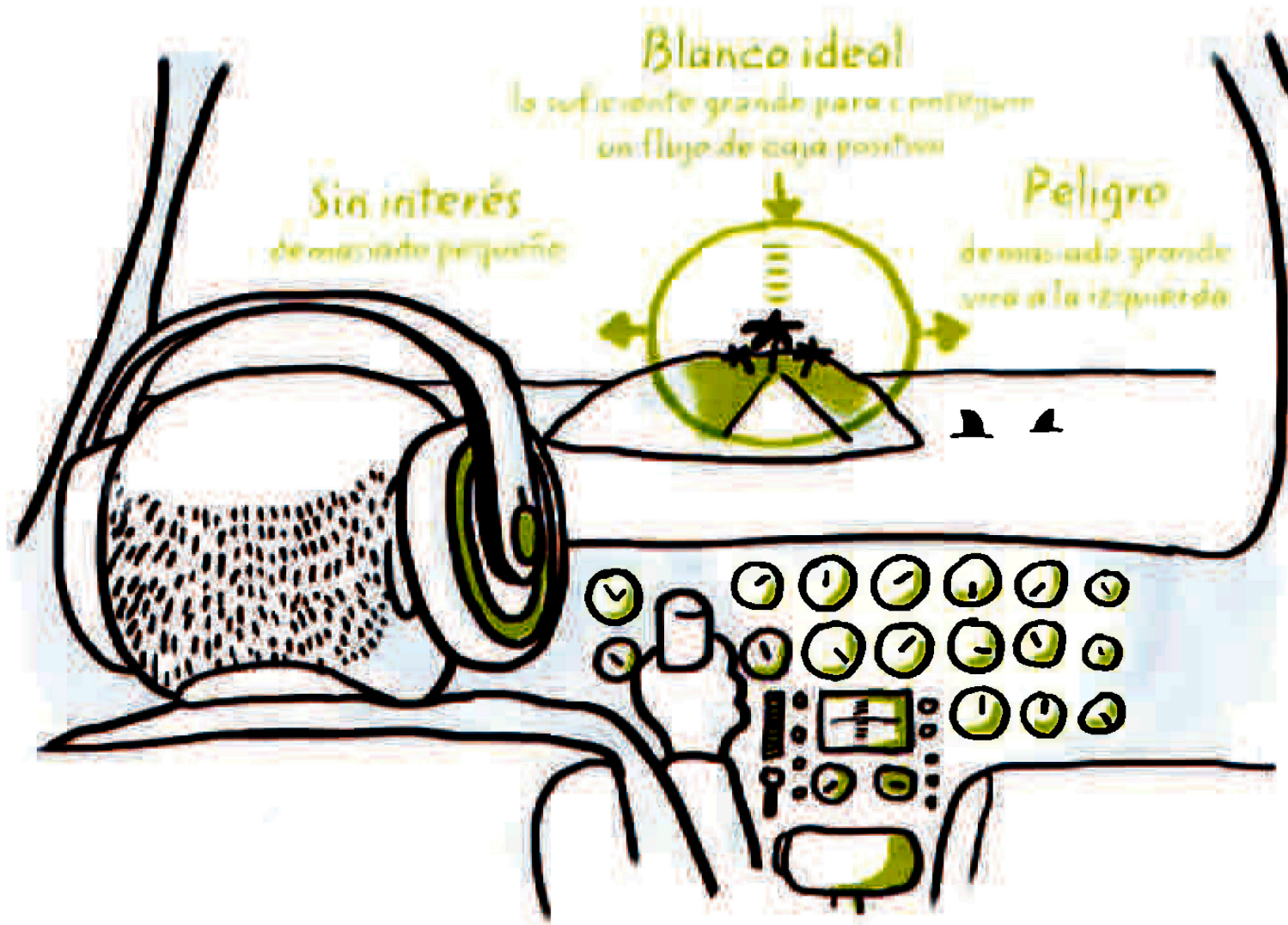
El mètode

4. Volum del mercat total disponible

> El **TAM** serà la **quantitat d'ingressos anuals** que guanyarà l'empresa si tingués el 100% de la quota de mercat

- Ens permet comprovar si anem en la direcció correcte
- Determina **quants usuaris hi ha que compleixin el nostre perfil**
- Determina **quants ingressos** genera cada usuari final **a l'any**

Si multipliquem aquest dos números obtenim el TAM.



#MetodeEmpresarial

El mètode

5. Cicle d'ús del producte

> Descobrirem amb tot detall com el nostre usuari final **descobreix** el nostre producte, **l'adquireix**, **el fa servir**, **obté valor** d'ell i **en compra** més o **el recomana**.

El mètode

Cicle d'ús del producte

QUÈ **incloure** en un cicle d'ús del producte?

#MetodeEmpresarial

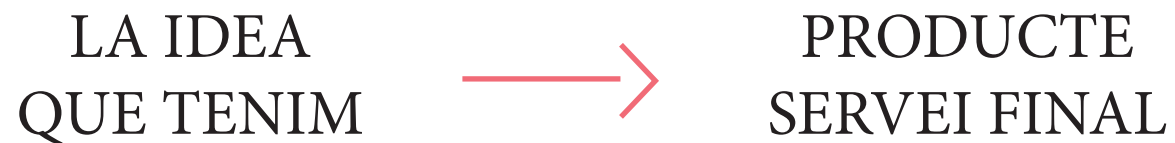
El mètode

Cicle d'ús del producte

1. Com determinaran els usuaris finals que tenen una necessitat i/o oportunitat de fer alguna cosa d'una forma diferent.
2. Com descobriran el nostre producte.
3. Com analitzaran el nostre producte.
4. Com adquiriran el nostre producte.
5. Com instal·laran el nostre producte.
6. Com usaran el nostre producte.
7. Com determinaran el valor que obtenen del nostre producte.
8. Com pagaran el nostre producte.
9. Com compraran més producte i/o parlaran d'ell.

El mètode

6. Explicació d'alt nivell del producte



El mètode

Explicació d'alt nivell del producte

- > Crearem una **representació visual** del producte
- > Ens centrarem en les **avantatges que aporta** el nostre producte.

#MetodeEmpresarial

El mètode

7. Quantifica la proposta de valor

> Determinaràs com **les avantatges** del teu producte o servei **es transformen** en un valor que rep el client.

El mètode

Quantifica la proposta de valor

Fes-ho senzill!

Estat actual del client davant el estat possible amb
el teu producte o servei

#MetodeEmpresarial

El mètode

8. Identificaràs els teus pròxims deu clients

- > Identificaràs almenys **deu possibles clients** que compleixin el perfil d'usuari final
- > Parlaràs amb ells per **verificar la seva disposició** a comprar el teu producte o servei

El mètode

9. Defineix la teva essència

Què és això que fem millor que cap altre empresa?

Què té el nostre producte que els competidors no poden imitar?

Aquí està el **nostre focus**.

#MetodeEmpresarial

El mètode

Defineix la teva essència

El nostre focus

- > Efecte xarxa
- > Servei al client
- > El cost més baix
- > Experiència de l'usuari

#MetodeEmpresarial

El mètode

10. Determina la unitat de presa de decisions del client

> Segurament el teu client objectiu decideix en grup i no ho fa una sola persona.

Com funciona aquest grup?

Quin són els seus interessos particulars?

El mètode

11. Esquematitza el procés d'adquisició del client

> Després de saber qui prendrà la decisió de compra, és essencial que sàpigues **com ho farà i que implica cada pas** perquè puguis dissenyar un producte que optimitzi aquest procés.

El mètode

Esquematitza el procés d'adquisició del client

COM esquematitzar el procés?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Esquematitza el procés d'adquisició del client

1. Com determinaran els usuaris finals que tenen una necessitat i/o oportunitat de fer alguna cosa d'una forma diferent.
2. Com descobriran el nostre producte.
3. Com analitzaran el nostre producte.
4. Com adquiriran el nostre producte.
5. Com instal·laran el nostre producte.
6. Com usaran el nostre producte.
7. Com determinaran el valor que obtenen del nostre producte.
8. Com pagaran el nostre producte.
9. Com compraran més producte i/o parlaran d'ell.

El mètode

12. Dissenya un model de negoci

- > Examina els models de negoci que existeixen en altres sectors per capturar una part del valor que el teu producte aporta al client.
- > Utilitzaràs el treball que has fet en els anteriors passos per inspirar un model innovador per la teva empresa.

El mètode

Dissenya un model de negoci

QUINS **factors claus** necessitem per dissenyar un model de negoci?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Dissenya un model de negoci

1. **Client** - hem d'entendre el que el client està disposat a fer.
2. **Creació i captura de valor** - calcula quant valor aporta el teu producte i el moment en que l'aporta, hem de determinar quines formes de captura d'aquest valor s'adaptin millor.
3. **Competència** - identifica que està fent la teva competència.
4. **Distribució** - assegura't de que el teu canal de distribució té els incentius adequats per vendre el teu producte.

#MetodeEmpresarial

El mètode

Dissenya un model de negoci

QUINES categories generals de models de negoci?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Dissenya un model de negoci

1. Pagament únic per anticipat més el manteniment
2. Preu de cost més benefici
3. Preu per hora
4. Model de subscripció o lloguer
5. Concessió de llicències
6. Consumibles
7. Up-sell amb productes amb marge molt alt
8. Publicitat

#MetodeEmpresarial

El mètode

Dissenya un model de negoci

- 9. Revenda de les dades recollides o accés temporal a les dades
- 10. Tarifa per transacció
- 11. Per consum
- 12. Plan “telèfon mòbil”
- 13. Parquímetre o càrrecs per multa
- 14. Microtransaccions
- 15. Estalvi compartit
- 16. Franquícia
- 17. Operació i manteniment

El mètode

13. Determina la teva política de preus

> Utilitzarem la proposta de valor quantificada i el nostre model de negoci per determinar una política inicial i adequada de preus del nostre producte

El mètode

Determina la teva política de preus

QUINS són els conceptes bàsics?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Determina la teva política de preus

1. Els costos no haurien de ser un factor decisiu per el preu
2. Utilitza la Unitat de Pressa de Decisions i el procés d'adquisició d'un client que paga per identificar preus
3. Estudia els preus de les alternatives pel client
4. Sigues flexible en els preus amb els primers provadors i amb els clients influyents
5. Sempre és més fàcil baixar preus que pujar-los

#MetodeEmpresarial

El mètode

14. Calcula el valor a llarg termini d'un client adquirit

> Sumarem tots els ingressos que esperem rebre d'un client individual

El mètode

Calcula el valor a llarg termini d'un client adquirit

QUINES són les aportacions per calcular el VLT?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Calcula el valor a llarg termini d'un client adquirit

1. Fluxe d'ingressos únic, si n'hi hagués.
2. Fluxe d'ingressos recurrent, si n'hi hagués.
3. Més oportunitats d'ingressos.
4. Marge brut de cada un dels nostres fluxos d'ingressos.
5. Taxa de retenció del client (se sol expressar mensual o anual).
6. Duració del producte
7. Taxa de substitució del producte.
8. Taxa de cost del capital per la teva empresa.

#MetodeEmpresarial

El mètode

Calcula el valor a llarg termini d'un client adquirit

QUINES són les **consideracions** que cal tenir?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Calcula el valor a llarg termini d'un client adquirit

1. La decisió del model de negoci és molt important
2. **VLT** es refereix a **benefici** no a ingressos
3. Les despeses generals no són insignificants.
4. Els marges bruts marquen una gran diferència.
5. La taxa de retenció també és molt important.
6. Trobar altres oportunitats reals de up-selling pot ser molt atractiu.

#MetodeEmpresarial

El mètode

15. Calcula el cost d'adquisició d'un client

#MetodeEmpresarial

El mètode

Calcula el cost d'adquisició d'un client

COM calculem el CAC?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Calcula el cost d'adquisició d'un client

És **incloure** en una taula **els nostres costos agregats a les vendes i màrqueting** d'un període determinat. No hem d'incloure el cost de retenció dels clients actuals; després **dividir el resultat entre el número total de nous clients** que hem adquirit en aquest període.

El CAC **no inclou cap cost fixe de producció o despeses** fora del departament de vendes i màrqueting, com I+D, finances, administració o despeses generals.

#MetodeEmpresarial

El mètode

Calcula el cost d'adquisició d'un client

COM reduir el CAC?

#MetodeEmpresarial

El mètode

Calcula el cost d'adquisició d'un client

1. Utilitza les vendes directes de forma acurada perquè són molt cares
2. Automatitza tant com puguis
3. Millora la taxa de conversió en vendes
4. Escull el teu model de negoci tenint en compte el CAC
5. Boca a boca
6. Mantén-te centrat en el mercat objectiu

#MetodeEmpresarial

Una empresa és alguna cosa més que 15 passos

Aquests passos t'ofereixen un marc per aconseguir un producte sòlid i adaptat al mercat en el seu llançament inicial.

Però a mesura que l'empresa s'expandeix...

#MetodeEmpresarial

Una empresa és alguna cosa més que 15 passos

Tindràs que aprendre coses com:

- Construir una cultura corporativa
- Augmentar i construir l'equip
- Desenvolupar el producte
- Vendre i executar una estratègia de vendes
- Donar un bon servei al client i aconseguir que el tinguin en compte
- Aconseguir més diners per fer escalable la empresa
- Dirigir i fer escalable la empresa
- Construir i utilitzar unes normes de bon govern

...

#MetodeEmpresarial

Però tot això serà en un altre moment...

#MetodeEmpresarial

trust yourself



Gràcies

#MetodeEmpresarial

@AnaTanco #MetodeEmpresarial

atancogestoria@coib.cat

Mètode de Creixement Empresarial



#MetodoEmpresarial