

ADIM

MÉTODO

ATERRIZA DESARROLLA IMPLEMENTA MONETIZA

Aterriza tu
negocio online

MÉTODO ADIM

FASE ATERRIZAJE

PARA QUE
CONSTRUYAS LOS
FUNDAMENTOS
DE TU NEGOCIO.



00002

MARIELYSAVILA.COM

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS | 2019

Introducción

En este módulo aprenderás qué es la visión, misión y valores, definirás los de tu negocio y reconocerás la importancia de trabajar, diseñar e implementar apegada a ellos.

También conocerás lo indispensable de definir los pilares que sostendrán tu negocio.

Descubrirás, diseñarás y definirás a tu cliente ideal, para así realizar tu propuesta diferenciadora.

Este módulo te permitirá **Aterrizar** todo tu conocimiento y crear las bases sólidas para definir tu modelo de negocio.

Índice

Misión, visión y valores de tu negocio	2
Los pilares / áreas de especialidad de tu negocio:	4
Cliente Ideal:	6
Mapa de la empatía:	11
Propuesta de valor y diferenciadora:	15
Tu Modelo de Negocio:	19

Aterriza

TU NEGOCIO ONLINE

1. Misión, visión y valores de tu negocio.

La **Misión** de tu negocio, se basa en los siguientes aspectos:

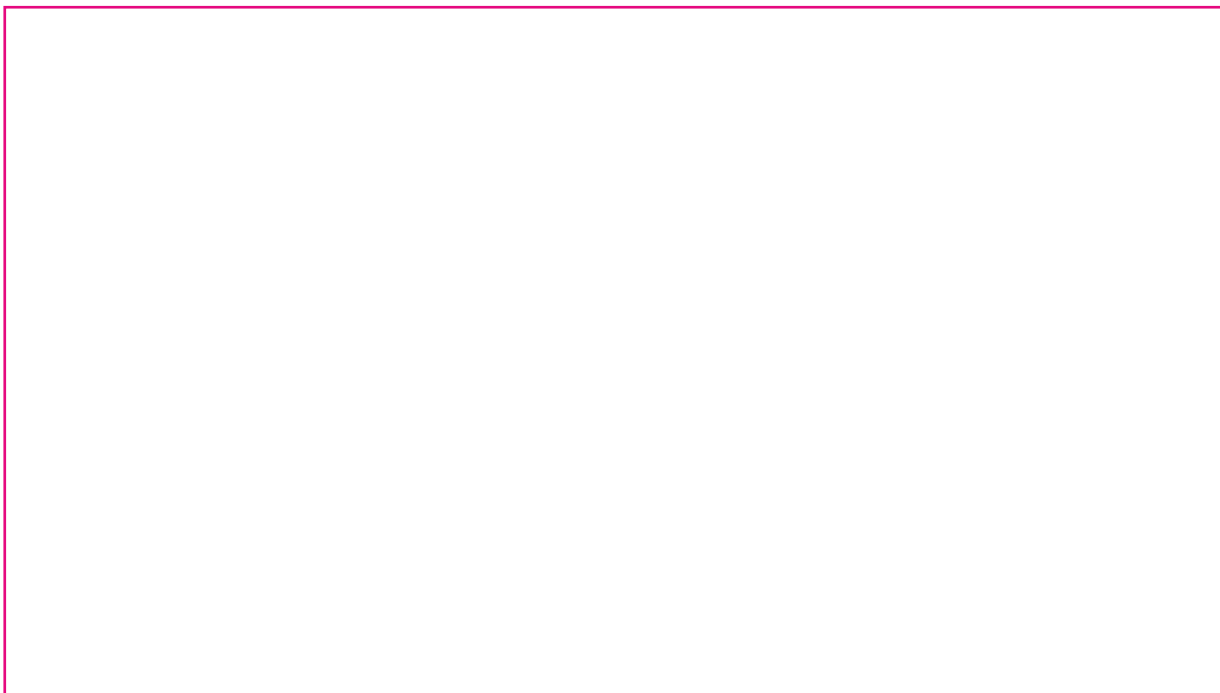
- ¿Cuál es el motivo y el porqué de la creación de tu negocio?
- Debe definirse en presente.
- Describe las actividades propias del negocio, que te llevarán al logro de tu Visión.

Define la Misión de tu negocio:

La **Visión** de tu negocio, debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Es la imagen de cómo ves a tu negocio a largo plazo.
- Se define en tiempo futuro.
- Describe hacia dónde diriges tu negocio.
- Debe ser ambiciosa y motivadora.

Define la Visión de tu negocio:



Los **Valores** de tu negocio son:

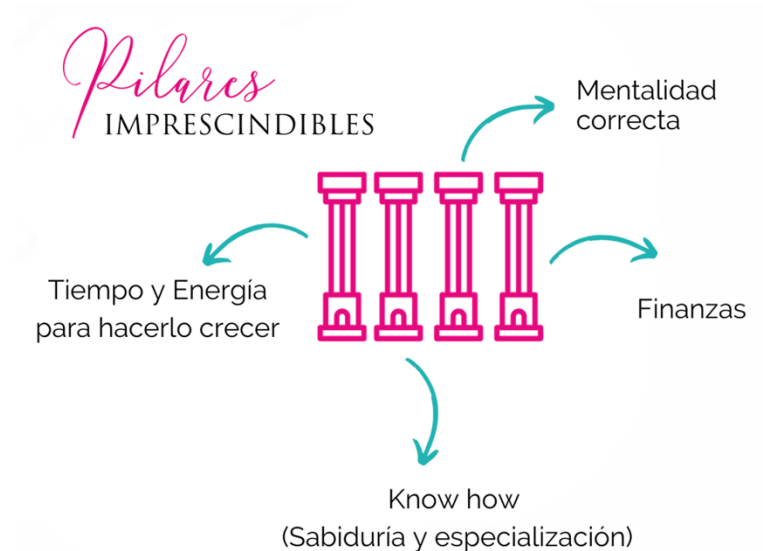
- Los criterio, prioridades, principios y límites que rigen tu negocio.
- Definen el código de conducta.

Define los Valores de tu negocio:

2. Los pilares / áreas de especialidad de tu negocio:

- Son las bases que sostendrán el éxito en tu negocio.
- Responden al área de especialidad.

Ejemplo: Pilares imprescindibles en tu negocio



Estos pilares te ayudarán a conocer el camino que debes seguir para alcanzar lo objetivos establecidos.

LOS 4 PILARES DE LA FACTURACIÓN MI NEGOCIO:



Describe los pilares de tu negocio: ¿cuáles son las áreas de especialidad o pilares de tu negocio?

3. Cliente Ideal:

Análisis de tu cliente ideal

Es indispensable ser muy específica al momento de definir a tu cliente ideal, ya que cuando crees que tu cliente ideal son todos y le hablas a todos, en realidad no les estás hablando a nadie.

Debes definir perfectamente quién es la persona a la que vas a ayudar, cuáles son sus características, dónde vive, cuáles son sus sueños y sus anhelos, qué necesidades tiene, qué le preocupa, cuál es su nivel educativo y adquisitivo y de qué manera se expresa... Es la creación de un **cliente ideal completo desde tu espiritualidad**.

Cliente Ideal y Buyer Persona, diferencias entre ambos.

Tu Cliente ideal es aquel que quieres y necesitas atraer a tu negocio. Es quien le agregará valor a tu emprendimiento y te permitirá alcanzar tus objetivos.

Por otro lado, el **Buyer Persona** es una representación semi- ficticia de tu público objetivo, es un término mayormente utilizado en las metodologías de Marketing. Esta es una de las principales diferencias con el Marketing Espiritual.

El Cliente ideal y el Buyer Persona no son sinónimos, son conceptos y metodologías relacionadas entorno a tu cliente.

Avatar del cliente ideal.

Es una representación resumida de tu cliente ideal. Contiene:

- Características específicas.
- Nombre.
- Comportamiento definido.

Así podrás enfocar toda tu energía, manifestación y recursos en la persona correcta.

Manifestación del cliente ideal

Se refiere a la creación de una relación con tu cliente ideal y el intercambio de valor que debe haber entre ambos. Siempre desde tu **misión de vida y tu Dharma**.

La manifestación de tu cliente ideal consiste en saber exactamente a quién puedes ayudar con tus servicios, partiendo siempre del amor y la abundancia.

Pasos para realizar la manifestación de cliente ideal:

- **Identifica a tu cliente.**
 - Se específica. Coloca: sexo, edad, ubicación, gustos o intereses, profesión u ocupación, y elementos que describan aspectos relevantes de esa persona.
- **Descubre sus necesidades.**
 - Escucha y observa cuáles son sus necesidades, ¿en qué aspecto está fallando su vida o en qué aspecto quiere mejorar?
- **Preocupaciones y responsabilidades.**
 - Cuál es su necesidad real, ya que esta genera una preocupación. Identifica los puntos de dolor. ¿Cuáles serán los motivadores reales de esa persona para ser tu cliente?
- **Sus sueños y anhelos.**
 - Tu cliente ideal tiene sueños y anhelos. Conocerlos te ayudará a conectar con ellos y así usar la visualización para mostrarle, cómo tus servicios le pueden ayudar.
- **Toma de decisiones.**

- Para convencer a alguien necesitas saber cómo toma decisiones. Es importante saber esto, para identificar cuál es el momento oportuno para llamarlo a la acción.
- **Sus principales expresiones.**
 - Es indispensable que esa persona confíe en ti, y para eso debe sentirse comprendida y vibrar en la misma frecuencia.

MANIFESTACIÓN DEL CLIENTE IDEAL



Define a tu cliente ideal atendiendo a las siguientes preguntas:

1. Define a tu cliente ideal.

- Nombre:

- Edad:

○ Sexo:

○ Estado civil:

○ Nivel académico:

○ ¿A qué se dedica?

○ Profesión:

○ Ingreso mensual:

○ País de residencia:

○ Hábitos/Preferencias:

○ Necesidades/Preocupaciones:

- ¿Tiene hijos?

- ¿Cuáles son sus hábitos sociales?

2. Fórmula PAS:

PROBLEMA	¿CUÁLES SON LOS PROBLEMAS DE TU CLIENTE IDEAL?			
AGITACIÓN	¿ES CONSCIENTE TU CLIENTE IDEAL DE SUS PROBLEMAS?	SI		NO
SOLUCIÓN	¿ENCONTRARÁ TU CLIENTE LA SOLUCIÓN A SUS PROBLEMAS EN TUS PRODUCTOS Y SERVICIOS?			

3. Seguimos definiendo:

- Utiliza tu cliente ideal las redes sociales. ¿Cuáles usa específicamente?

- A través de qué canales puedes conectar con el/ella

- ¿Cuáles son sus hobbies?

- ¿Trabaja? Desde casa, oficina o es emprendedor.

- ¿Cuáles son sus miedos frustraciones y enojos?

- ¿Cuáles son sus sueños y anhelos?

- ¿Cuáles son sus preferencias? Define intereses, blog, revistas, programas de radio y tv...

4. Mapa de la empatía:

Una herramienta para pensar como las marcas innovadoras.

Factores para que tu servicio sea un éxito:

- **Conocer quién es tu cliente.**
- **Qué problema tiene.**
- **Qué propuesta de valor le vas a ofrecer.**

¿Qué es empatía?

Según Theresa Wiseman, profesora y enfermera quien estudió la empatía durante muchos años, desarrolló un concepto partiendo de estos 4 atributos clave:

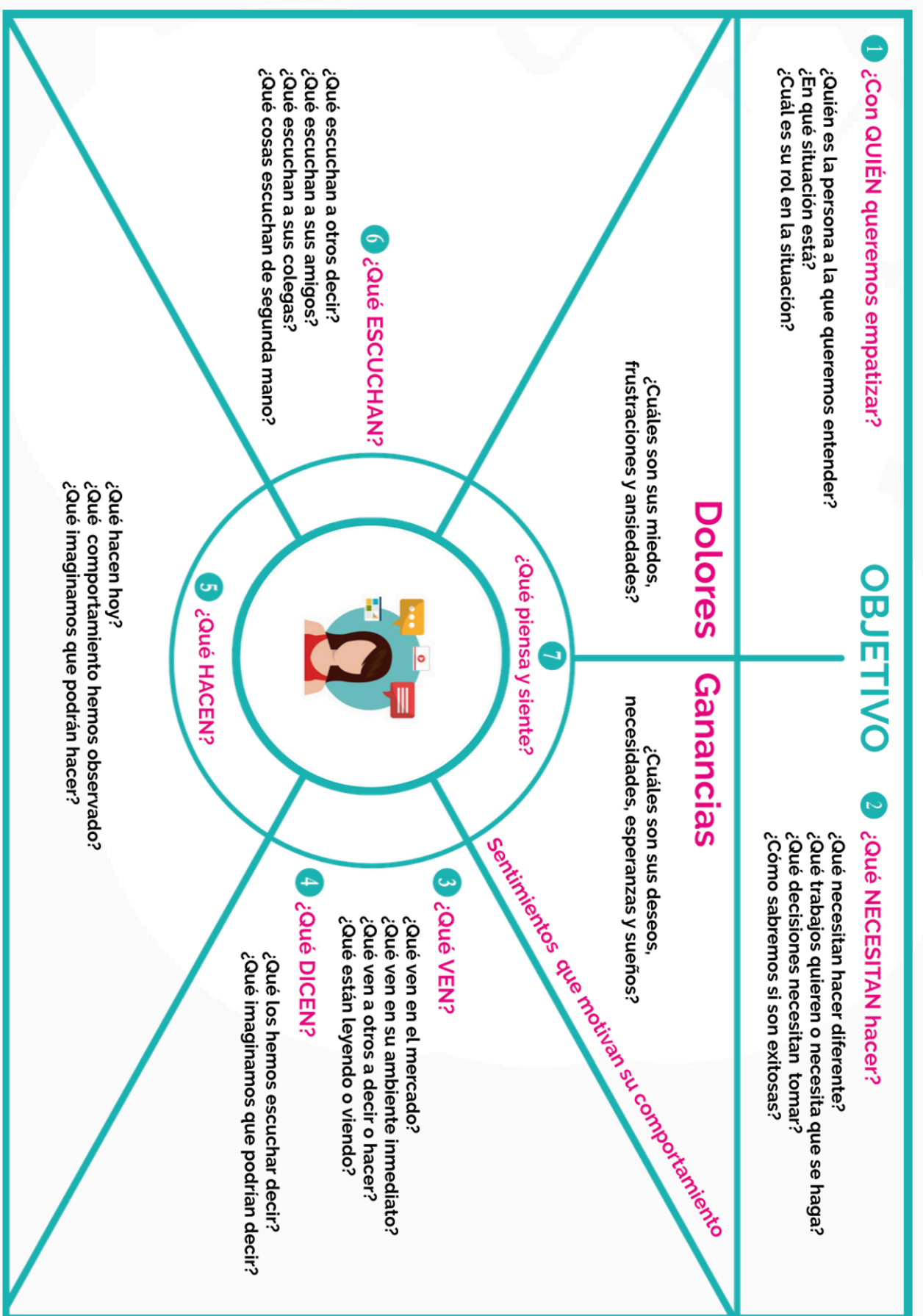
- 1. Tomar la perspectiva de otros.**
- 2. Mantenerse fuera de juicio.**
- 3. Reconocer las emociones de otras personas.**
- 4. Comunicar con estos sentimientos en cuenta.**

El mapa de empatía es una herramienta que te permite tomar en cuenta todas estas características de tu cliente y tener siempre el enfoque en una persona concreta a quién dirigir tu oferta de servicios.

Esta herramienta te ayuda a sistematizar y te guía en el camino para conocer a tu cliente.

- Utiliza las características y expresiones de tu cliente para conectar con él.
- Identifica las emociones clave.
- Gestiona tu conexión con ellos.

Ahora diseña tu Mapa de la Empatía de tu cliente ideal, para ello puedes utilizar la plantilla que tienes en la página siguiente:



5. Propuesta de valor diferenciadora:

Todo servicio, **está dirigido a cubrir una necesidad o solventar un problema.**

Se trata del **factor o elemento diferenciador** que propicia que un potencial cliente se incline por tu marca y no por otra, sin que el factor precio sea relevante.

Tu propuesta de Valor debes estar definida y conectada a tu Dharma, tu misión de vida.

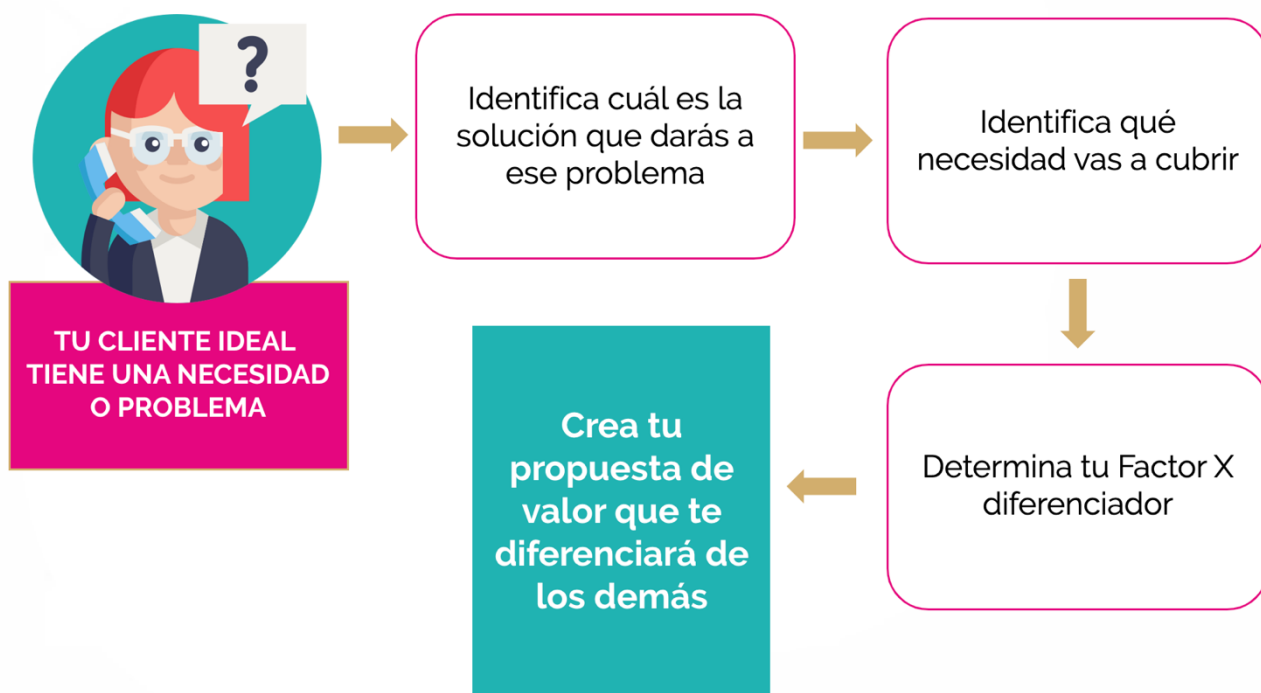
Esta necesita ser **clara, concisa, breve y muy específica**, potenciando esa solución que ofreces.

Debes saber **comunicar de forma rápida y atractiva lo que haces.**

¿Cómo debe ser tu Propuesta de Valor?



¿Cómo crear tu propuesta de valor?



Crea tu propuesta de Valor respondiendo a las siguientes preguntas:

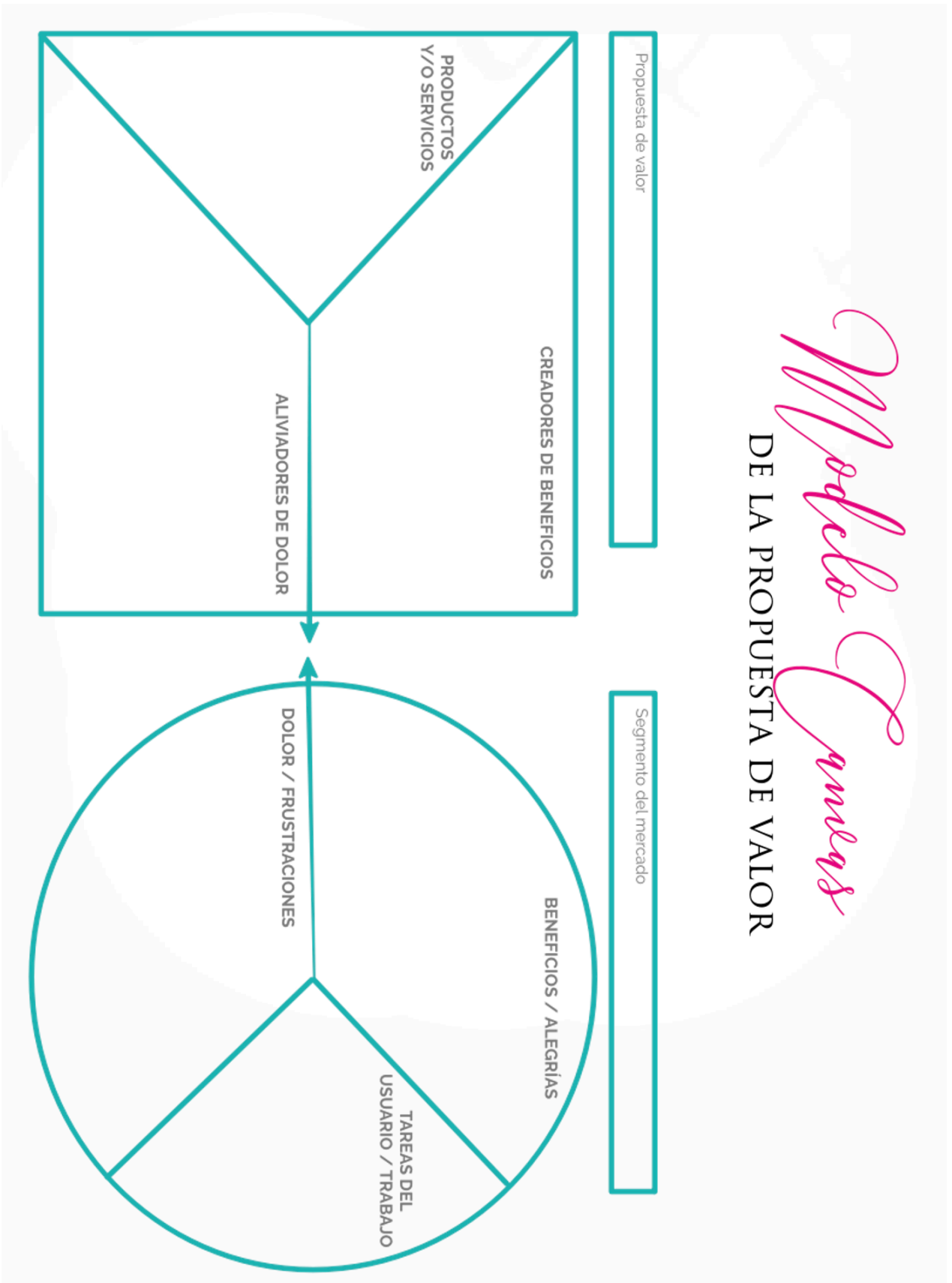
1. ¿Cuál es la necesidad o problema de tu cliente ideal?

2. ¿Qué problema resuelve tu servicio?

3. ¿Qué necesidad satisface?

4. ¿Qué te diferencia del resto?

5. Describe aquí tu propuesta de Valor y especifica que te diferencia de los demás.



6. Tu Modelo de Negocio:

Identificación de tu Modelo de Negocio

Tu modelo de negocio será el plano de construcción, para el diseño de las bases que sostendrán tu emprendimiento.

Este requiere de un mapa, que le marcará el camino de su crecimiento y expansión, el diseño de **tu modelo de negocio representa los planos**, el cual debe ser un reflejo de lo que tú eres.

Define tu Modelo de Negocio:

1. ¿A qué se dedica tu negocio?

2. ¿Cuál es el flujo principal de ingresos?

3. ¿Cuáles son los recursos que necesita?

4. ¿Cuál será tu estrategia de comunicación y marketing espiritual para llevar tu propuesta a tus clientes?

El Business Model Canvas

Es un cuadro dividido en 9 etapas para que logres elaborar y visualizar claramente tu modelo de negocios de manera muy sencilla. Además de los tópicos, en cada pestaña del cuadro, están las preguntas clave que deben ser respondidas con detalle.

Las etapas de elaboración de un modelo de negocio a partir de Canvas, que idealmente deben ser llenadas en este orden:

1. Cliente.
2. Propuesta de valor.
3. Canales.
4. Relaciones con los clientes.
5. Fuente de ingresos.
6. Recursos claves.
7. Actividades claves.
8. Socios claves.
9. Estructura de costos.

CÓMO LLENAR EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

<p>SOCIOS CLAVES</p>  <p>¿Necesito socio para mi emprendimiento?</p> <p>¿Cuáles son los proveedores claves de mi negocio?</p> <p>¿Con cuál persona puedo establecer colaboraciones beneficiosas?</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVES</p>  <p>¿Qué actividades claves debo desarrollar para entregar mi propuesta de valor a mis clientes?</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p>  <p>¿Qué valor estoy entregando a mis clientes?</p> <p>¿Qué problemas resuelvo?</p> <p>¿Qué necesidad estoy satisfaciendo en mis clientes?</p>	<p>RELACIONES CON LOS CLIENTES</p> <p>¿Cuál va a ser mi relación con mis clientes?</p> 	<p>CLIENTES</p>  <p>¿Quién es mi cliente?</p> <p>¿A quién le creo un producto de valor?</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>¿Cuáles serán los costos fijos y variables de mi emprendimiento?</p> 	<p>FUENTE DE INGRESOS</p> <p>¿Cómo voy a generar los ingresos de mi negocio?</p> 			

Diseña tu Modelo CANVAS

Nombre:				
Participantes:				
Tipos de Negocio:				
Socios claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con los clientes	Segmentos de Clientes
	Recursos claves		Canales	
Estructura de Costos		Fuente de Ingresos		

Conclusión Modelo de Negocio Inicial

Resultado:

Beneficios de Utilizar el Modelo de Negocio Canvas.

- ✓ Es una herramienta muy **práctica**.
- ✓ Es muy **sencillo**.
- ✓ Es muy **intuitivo y divertido**.
- ✓ Es una poderosa herramienta para el análisis estratégico: **DAFO**. (análisis del mercado, competidores, clientes, proveedores, estructuras y procesos.)
- ✓ Te permite **trabajar en equipo**.
- ✓ Te permite tener una **visión global** de tu negocio.
- ✓ Se recomienda dejarlo visible para todos los miembros del equipo.

**Recuerda subir tus ejercicios a tu carpeta de Dropbox antes de las 12pm (hora Madrid-España) del Lunes próximo.
Para convertir este pdf en Word y facilitarte la tarea, puedes usar <https://www.ilovepdf.com/es>*