

Socios clave ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? ¿Qué actividades realizan nuestros socios clave? Motivación para realizar alianzas - Optimización y economía - Reducir riesgos e incertidumbre - Adquisición de recursos y actividades	Actividades clave ¿Qué actividades requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales? ¿Nuestra relación con los clientes? ¿Nuestras fuentes de ingreso? Recursos clave ¿Qué recursos clave requiere? - Nuestra propuesta de valor - Nuestros canales - Nuestra relación con los clientes - Nuestras fuentes de ingreso Tipos de recursos - Intelectuales (marcas, patentes, datos) - Humanos - Financieros	Propuesta de Valor ¿Qué valor entregamos al cliente? ¿Qué problema resolvemos? ¿Qué necesidad satisfacemos? ¿Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes? - Novedad - Desempeño - Personalización - Ayuda a hacer el trabajo - Diseño - Marca Status - Precio - Reducción de costes - Reducción de riesgos - Accesibilidad - Conveniencia Usabilidad - Simplificación de procesos	Relación con clientes ¿Qué relación esperamos establecer y mantener con nuestro segmento de clientes? ¿Qué relaciones hemos establecido? ¿Cuánto nos cuesta conseguirlos y mantenerlos? ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio? Ejemplo: Asistencia personal, asistencia personal dedicada, Auto-servicio, servicio personal dedicado, comunidad... Canales ¿A través de qué canales alcanzaremos a nuestro segmento de cliente? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cómo podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?	Segmento de cliente ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? - Mercado masivo - Nichos de mercado - Segmentación - Diversificado - Plataforma múltiple			
Estructura de Costes ¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave son los más costosos? ¿Qué actividades son las más costosas? Su negocio es más: - Enfocado al coste (Estructura de costes conservadora, propuesta de valor de bajo coste, máxima automatización) - Enfocado al valor (Enfocado a la creación de valor, proposiciones de valor premium)		Fuente de ingresos ¿Por cuál valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? - Actualmente, ¿por qué cosas pagan los clientes? ¿Cómo están pagando?, ¿Cómo prefieren pagar? ¿Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales? Tipos: <table><tr><td> - Venta de activo - Cargo por uso - Cargo por suscripción - Préstamo, alquiler, arrendamiento - Licenciamiento - Publicidad </td><td> - Precios fijos - Lista de precios - Según características - Dependiendo del segmento - Dependiendo del volumen </td><td> - Precios dinámicos - Negociación - Gestión rendimiento - Subastas </td></tr></table>			- Venta de activo - Cargo por uso - Cargo por suscripción - Préstamo, alquiler, arrendamiento - Licenciamiento - Publicidad	- Precios fijos - Lista de precios - Según características - Dependiendo del segmento - Dependiendo del volumen	- Precios dinámicos - Negociación - Gestión rendimiento - Subastas
- Venta de activo - Cargo por uso - Cargo por suscripción - Préstamo, alquiler, arrendamiento - Licenciamiento - Publicidad	- Precios fijos - Lista de precios - Según características - Dependiendo del segmento - Dependiendo del volumen	- Precios dinámicos - Negociación - Gestión rendimiento - Subastas					

Socios clave	Actividades clave Recursos clave	Propuesta de Valor ○ Valor que ofrece: ○ Problema que soluciona: ○ Necesidad que satisface ○ Paquete de productos	Relación con clientes Canales	Segmento de cliente
Estructura de Costes			Fuente de ingresos	