

IDEIA

Gure ideia egunerokoan gertatzen den arazo bat konpontzeko da.

GALTZEN DITUZUN GAUZAK AURKITZEKO APARATUA!!!

Mikrotxip baten bitartez, gure menpe ditugun objektuak topatzeko gai izango gara. Bezeroek nahi duten objektuan mikrotxip hau jartzeko aukera izango dute, eta era horretan ez dute inoiz arazo hori izango. Gure produktuaren izena **“Attraction force” da**. Zergatik? Edozein pertsonak edozein momentuan nahi duen objektua kontrolpean izateko ahalmena izango duelako; beste hitzetan esanda, objektuak pertsonarekiko atrakzioa izango du gure mikrotxipa erabiliz.

BALIOZKO PROPOSAMENA

PROBLEMA

Especificar con claridad y detalle qué problema resolvemos a nuestros clientes

NOVEDAD

Explicar en qué radica el carácter novedoso del proyecto

FACTORES CLAVE

Describir con claridad qué factor o factores resultan destacables al definir la propuesta de valor (factores tales como el precio, la calidad, el diseño, la seguridad, etcétera) para nuestro cliente o segmento de clientes

SEGMENTAZIOA

CLIENTE

Definir con claridad quién es nuestro cliente objetivo

SEGMENTO DE CLIENTES

Diferenciar claramente los segmentos de clientes, si dichos segmentos existen, o justificar con claridad su inexistencia

ELKARTEAK

AGENTES

Especificar cuáles son los agentes, actores o socios clave para llevar a cabo el proyecto

ROL

Establecer con claridad cuál es el papel o rol de cada agente o actor y priorizar su importancia

DIRU ITURRIAK

FUENTES DE INGRESOS

Definir de forma razonable y prudente, cuáles son las principales fuentes de ingresos del proyecto

PONDERACIÓN FUENTES INGRESOS

Ponderar cuál será la participación porcentual de cada fuente de ingreso del proyecto

INGRESOS para INVERSIONES INICIALES

En los proyectos que precisen de una inversión inicial destacada, estimar de forma prudente cuáles serán las vías para obtener los ingresos destinados a la inversión inicial

KANALAK

VÍAS DE COMUNICACIÓN

Describir cuáles son las principales vías para comunicarse con el cliente o con los distintos segmentos de clientes

VÍAS DE DISTRIBUCIÓN

Describir cuáles son las principales vías para distribuir nuestra propuesta de valor al cliente o a los segmentos de clientes

HARREMANAK

RELACIÓN con el CLIENTE

Detallar qué acciones se llevarán a cabo para que el cliente se mantenga ligado a nuestra propuesta

INTEGRACIÓN del CLIENTE

Establecer cómo pretendemos integrar al cliente en nuestro modelo de negocio (por ejemplo creando suscripciones, asociaciones, etc)

BALIABIDEAK

RECURSOS TANGIBLES e INTANGIBLES

Detallar cuáles son nuestros recursos tangibles e intangibles (experiencia, contactos, habilidades...) que resultan claves para el éxito del proyecto

JARDUERA

ACTIVIDADES CLAVE

Especificar cuáles son las actividades y procesos clave que deben llevarse a cabo para producir la Propuesta de Valor

PRIORIZACIÓN

Establecer una prioridad ente las distintas actividades y procesos clave

KOSTU EGITURA

COSTES

Especificar con claridad todos los costes del proyecto, ya sean directos e indirectos, fijos o variables, económicos o de otra índoles (por ejemplo ambientales o sociales)

COSTES INVERSIÓN INICIAL

En los proyectos que precisen de una inversión inicial destacada, estimar el coste completo de dichas inversiones

BALORAZIO OROKORRA

VALORACIÓN GLOBAL

Modelo Canvas claro e intuitivo, que explica coherentemente el proyecto, mencionando los aspectos más relevantes del mismo sin obviar elementos centrales

VALORACIÓN DE LA IDEA

La idea del proyecto es viable en el mercado, está basada en la identificación de una oportunidad y es útil para el mercado (empresas, clientes y sociedad).

