

SI.09-EC

En este apartado, debéis definir los costes que implica sacar adelante un modelo de negocios

En primer lugar es necesario comprobar tanto que los clientes están dispuestos a pagar por nuestro producto, como a su vez que los costes de producirlo no superen estos ingresos. De manera que primero estudiamos las fuentes de ingresos y la estructura de costes por separado, para luego comprobar la cohesión conjunta.

Para los segmentos de cada uno de los clientes que hayamos identificado en nuestro modelo de negocio, en este caso de los ancianos, debemos encontrar una o más fuentes que generen ingresos gracias a la venta de nuestra propuesta de valor.

Los ingresos pueden ser puntuales o recurrentes, de manera que o bien supongan una transacción única (venta de charra, nuestro producto) o bien suponen un flujo periódico de ingresos (prestación de atención especializada del cliente, como un servicio).

Debemos conocer muy bien tanto lo que ofrece nuestra propuesta de valor, como la percepción que los clientes tienen de ella, que se traduce en lo que realmente están dispuestos a pagar. Si nuestros clientes acostumbran a precios no demasiado elevados, no podremos exigir un precio elevado y de ser así proporcionar facilidades.

De gran importancia es vigilar detalles como por ejemplo las formas de pago, pues pueden influir, una vez más podemos encontrar hábitos diferentes según segmentos de clientes.

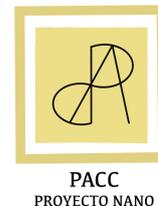
Venta de productos: comercio de toda la vida.

Pago por uso: mientras más se usa más se paga.

Suscripción: se paga una cuota periódica para disfrutar del servicio.

Alquiler: se cede el uso de un producto por un tiempo a cambio de una cuota.

Licencias: se permite el uso de una propiedad intelectual.



Comisiones: para los servicios de intermediación se carga una comisión al finalizar la transacción con éxito.

Publicidad: se generan ingresos gracias a mostrar publicidad de un producto o servicio.

Nosotros funcionamos por venta de productos

Para cada fuente de ingresos podemos recurrir a diferentes sistemas de fijación de precios:

Precios fijos: podemos fijar cada producto o servicio con un precio, cobrar por número de características de la propuesta de valor, cobrar por volumen...

Precios dinámicos: permitir la negociación de precios, fluctuación según oferta y demanda.

Nosotros funcionamos por precio fijo

Conclusión

Es muy positivo trabajar con el modelo de negocio extendido que proporciona la herramienta business model canvas, ya que ha definido las actividades claves, recursos clave, canales... nos ayudará a identificar dónde residen nuestros mayores costes.