



INGENIERÍA INDUSTRIAL
UNIVERSIDAD DE CHILE

Educación
Executive

Diseño de propuesta de valor y testeo

Clase 2

Evaluación

Para la próxima sesión, clase 3, deberán traer una presentación con **un análisis del modelo de negocios actual de alguna startup conocida** (Fintual, Cornershop, Uber, etc). La presentación debe incluir:

1. Análisis amplio de las 4 preguntas: Qué, Quién, Cómo, Cuánto. NO es necesario respaldar con cifras.
2. Propuestas de puntos que creen que podrían mejorar la consistencia del modelo de negocios. Es decir, que sea más sinérgico (Por ejemplo, Cabify podría tener un servicio de limusinas premium para gente que quiera contratar para eventos especiales, dado su propuesta de valor de servicio superior en calidad).
3. Tienen 5 minutos para presentar. No necesitan mandar nada antes.
4. L@s compañer@s pueden participar cuestionando el modelo de negocios. Esto no baja la nota del que presenta. Pero sí puede dar entre 1 y 2 décimas para la evaluación al(a) alumn@ que interviene, según el nivel de aporte.

Contenidos

- Diseño de propuesta de valor
- Modelo lean startup

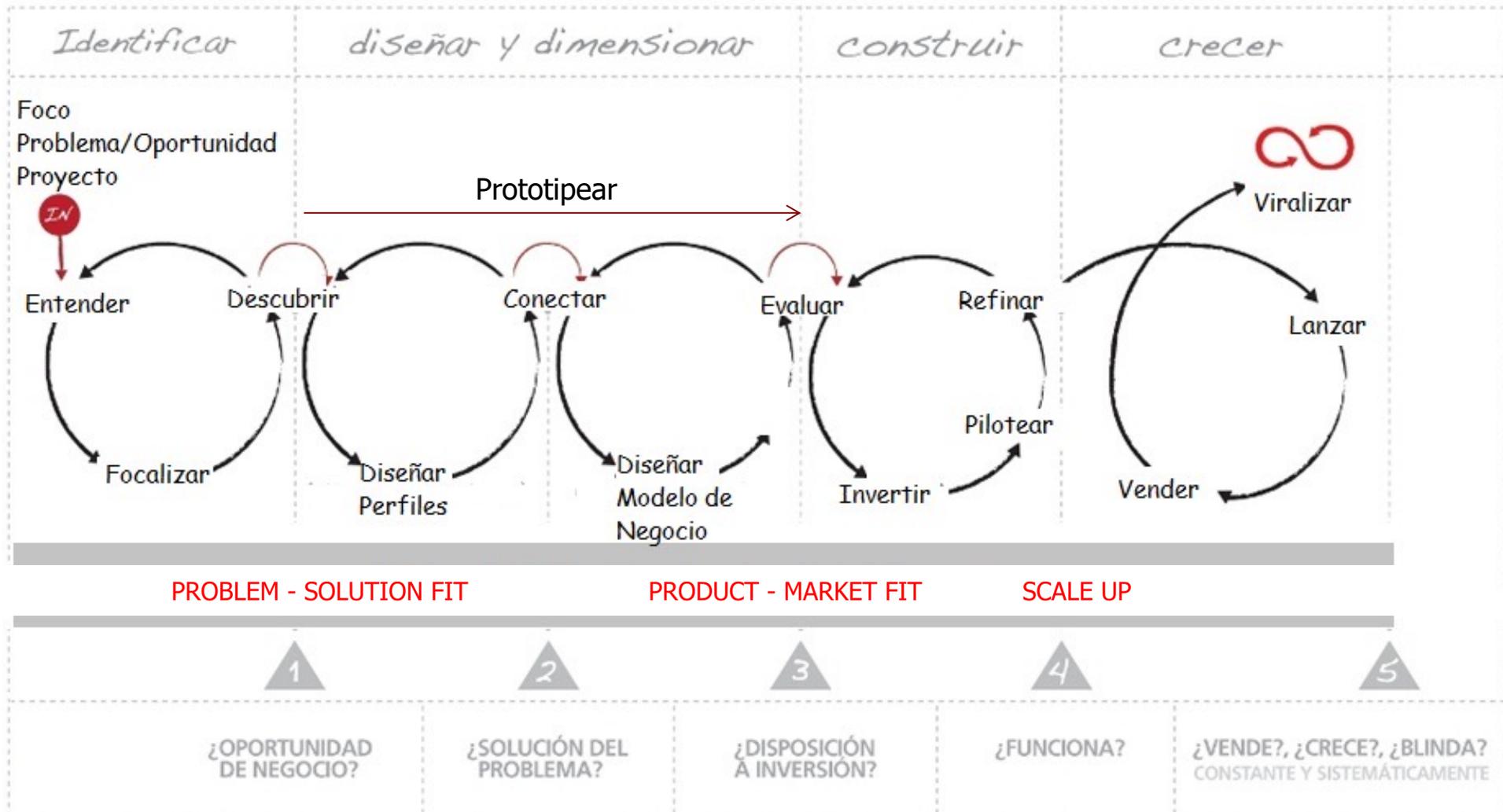


Contenidos

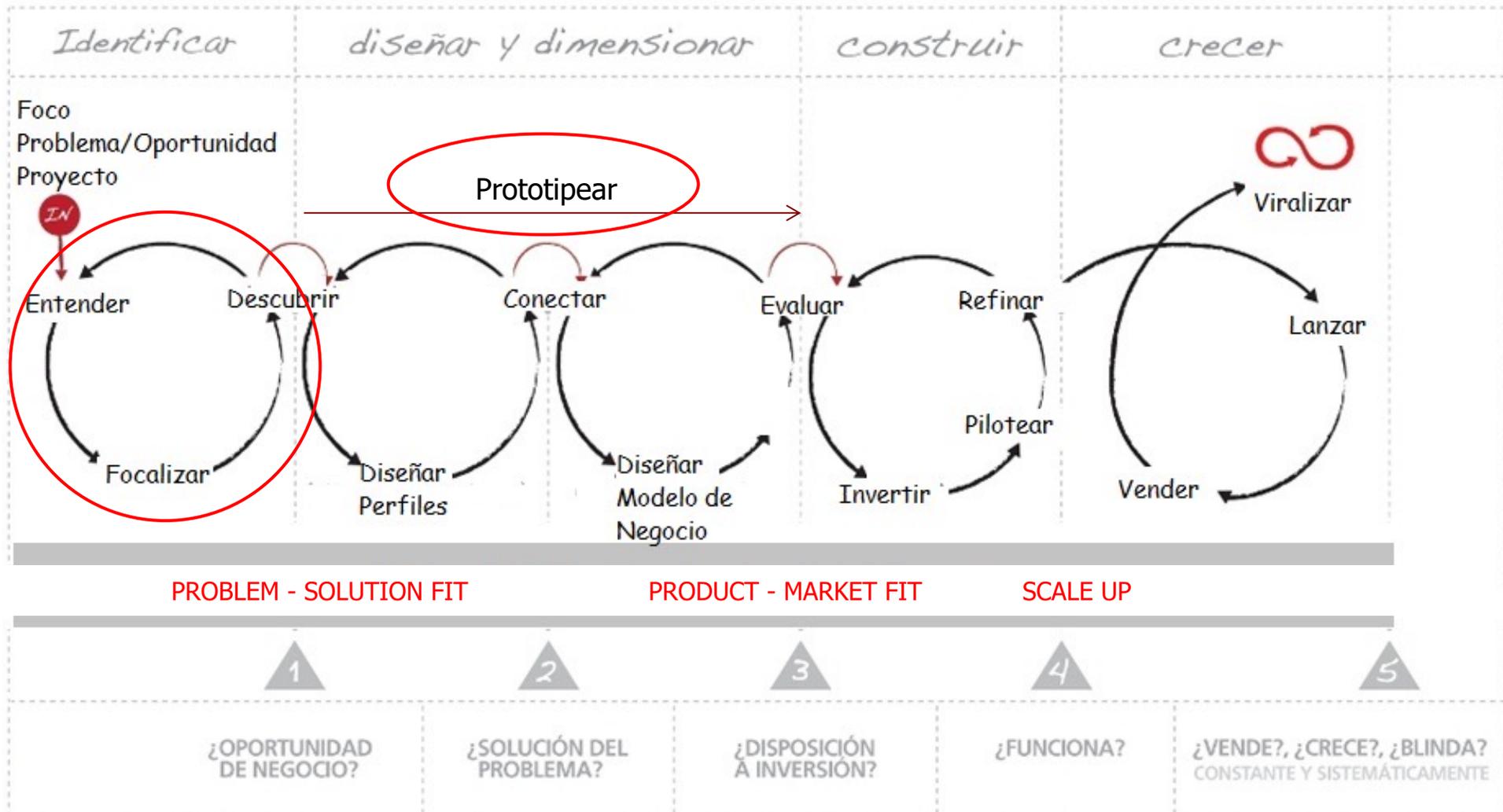
- Diseño de propuesta de valor
- Modelo lean startup



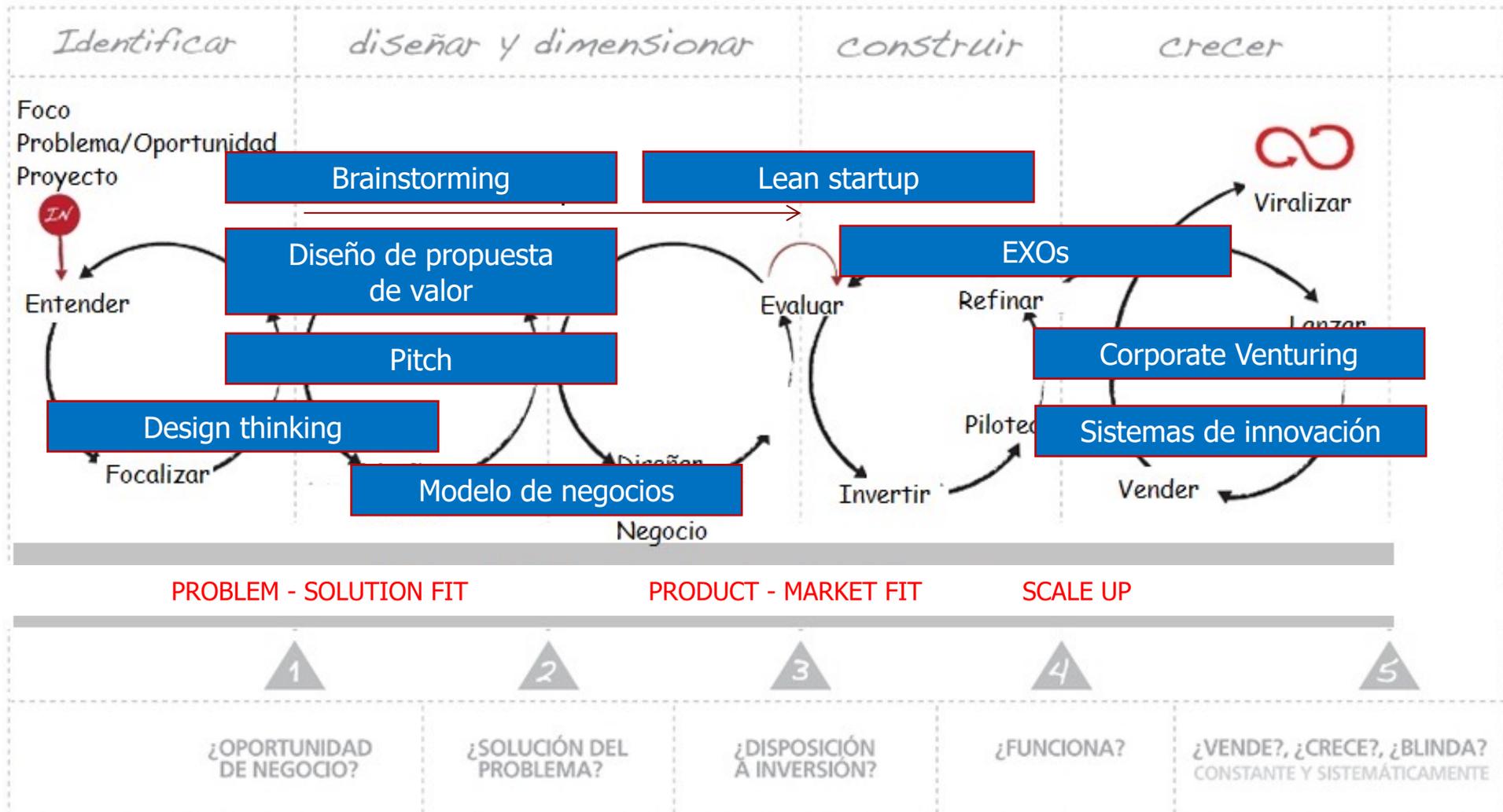
Innovar sistemáticamente requiere de foco, un proceso y un contexto adecuado – la esencia está en crear y emprender



Innovar sistemáticamente requiere de foco, un proceso y un contexto adecuado – la esencia está en crear y emprender



Innovar sistemáticamente requiere de foco, un proceso y un contexto adecuado – la esencia está en crear y emprender



Innovar sistemáticamente requiere de foco, un proceso y un contexto adecuado – la esencia está en crear y emprender

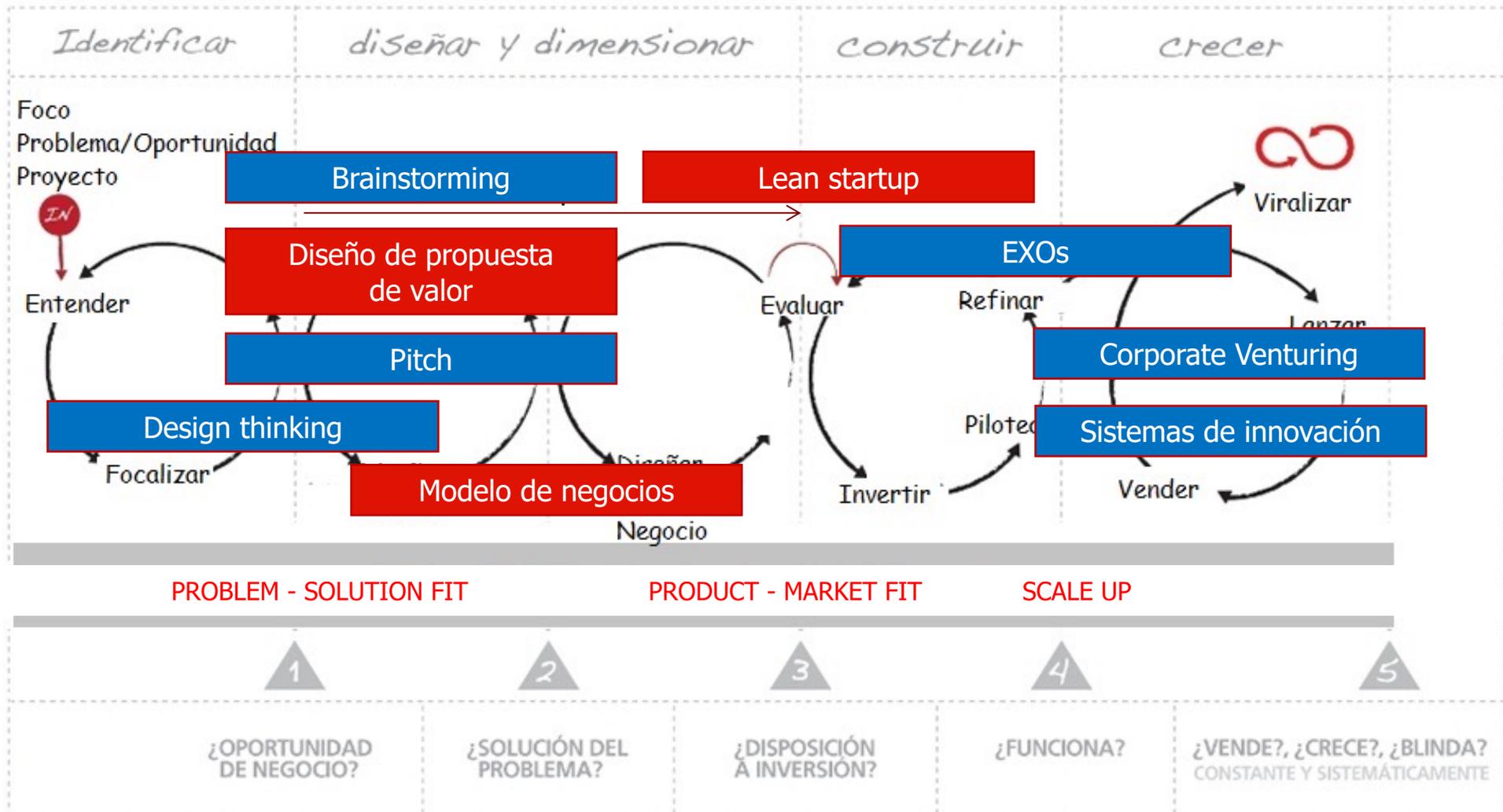
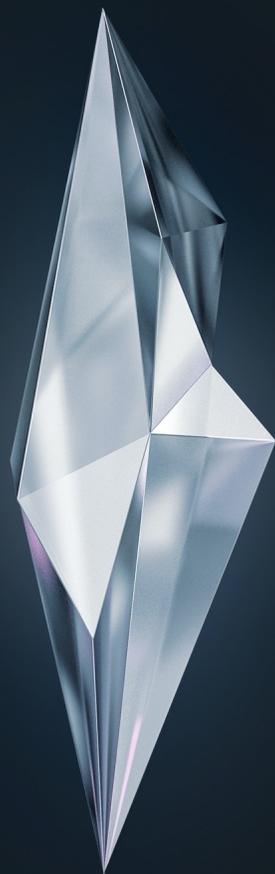




Foto de [Jacinto Diego](#) en [Unsplash](#)

PROPUESTA DE VALOR



El modelo de negocios no es un fin en si mismo, sino que una herramienta para testear y validar hipótesis

Framework conceptual de Modelo de Negocios (Alex Osterwalder)



11

El modelo de negocios no es un fin en si mismo, sino que una herramienta para testear y validar hipótesis

Framework conceptual de Modelo de Negocios (Alex Osterwalder)



12

Sin perfil de
usuario/cliente no hay
propuesta de valor

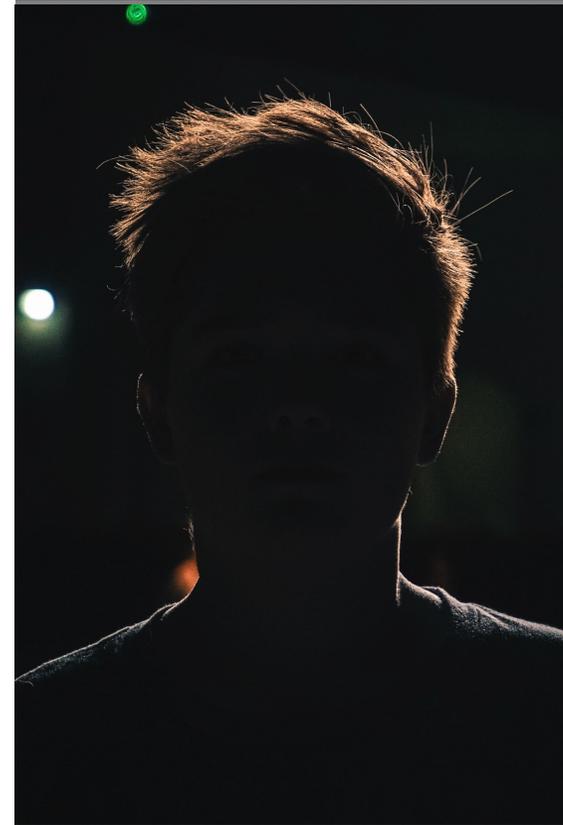


Foto de [Greyson Joralemon](#) en [Unsplash](#)

Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando

Diseñando la propuesta de valor

Escrito por

Alexander Osterwalder,
Yves Pigneur,
Gregory Bernarda
y Alan Smith

Diseñado por

Trish Papadakos

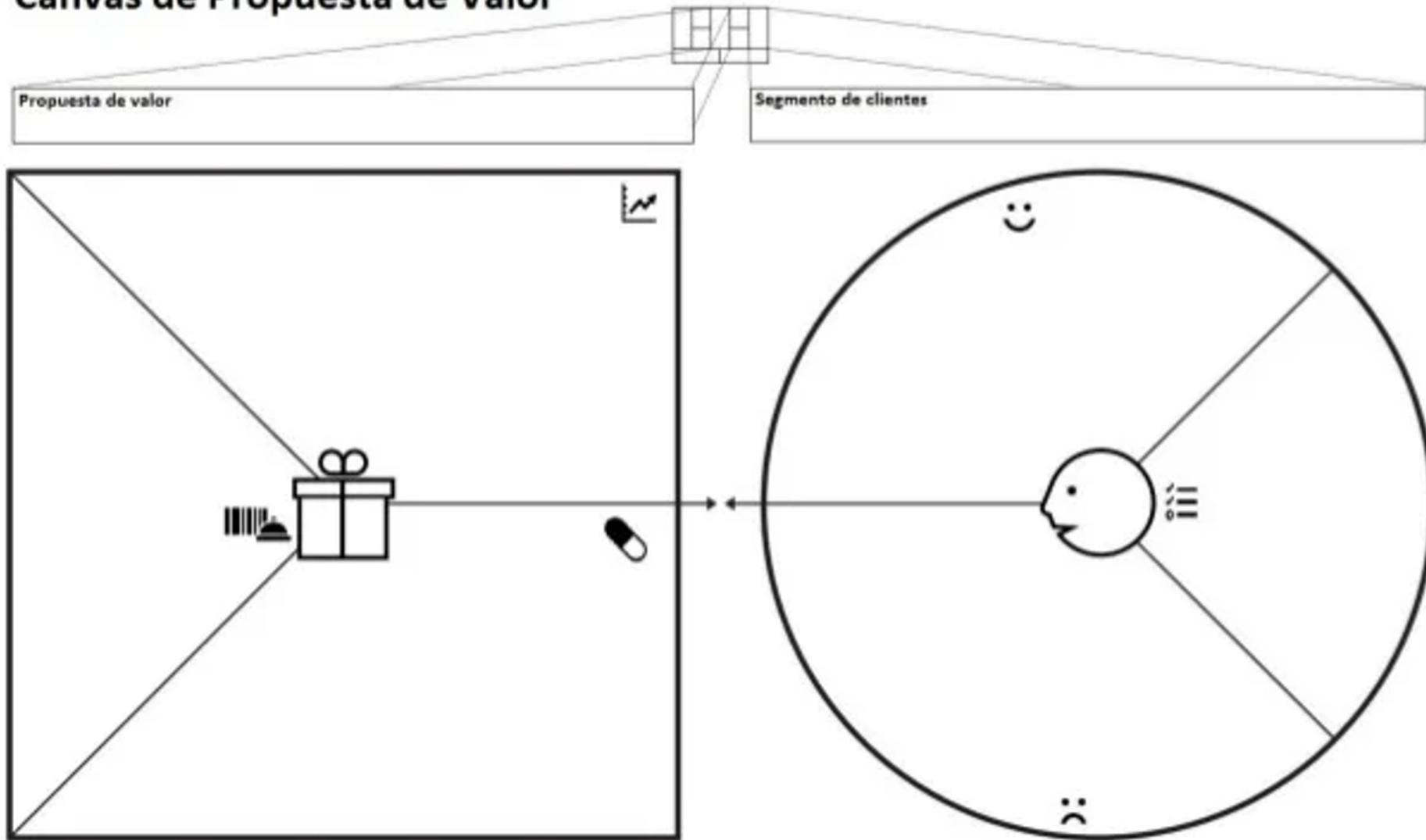
Prólogo de José Antonio de Miguel
y Javier García
(Sintetia.com)



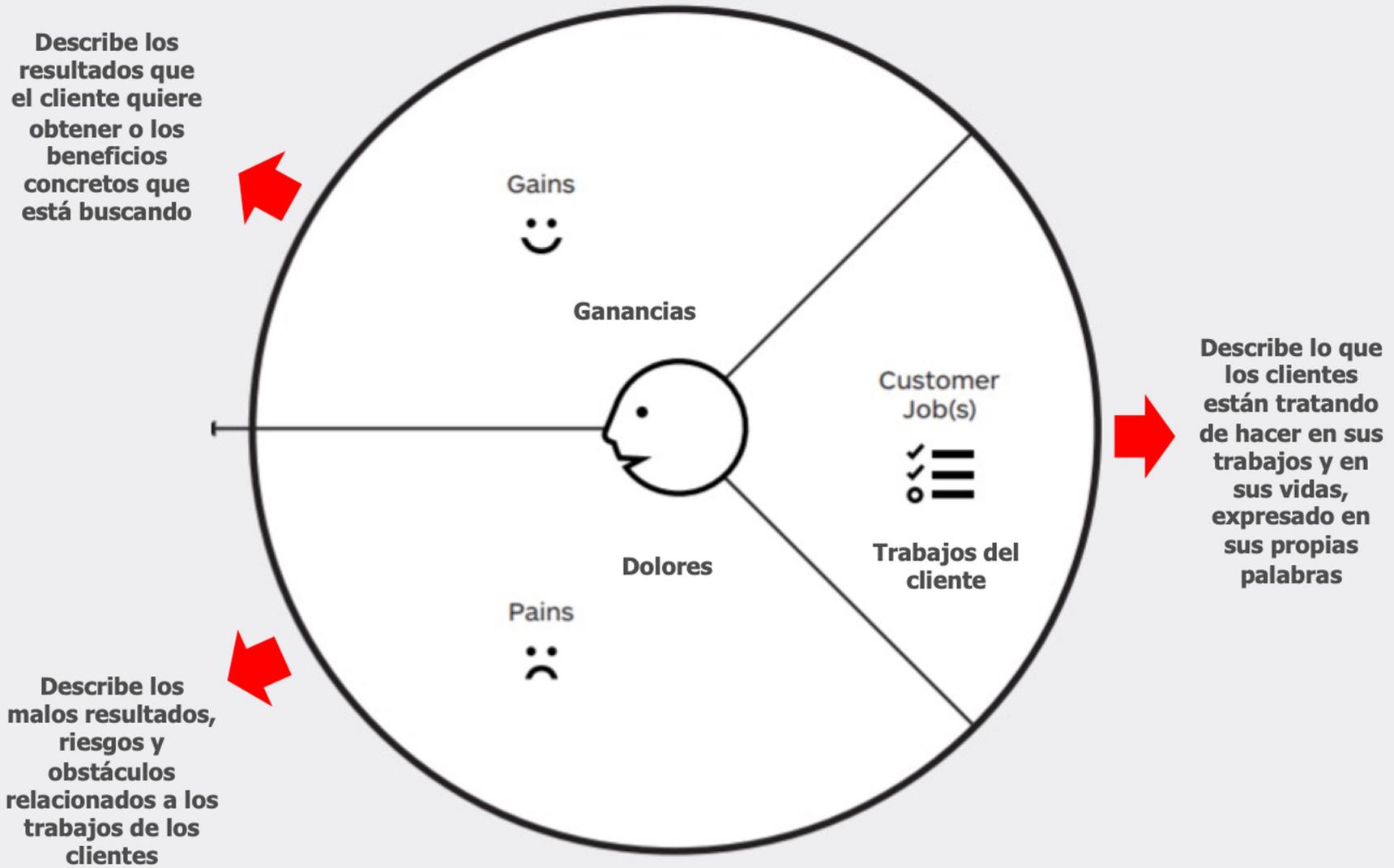
El nuevo libro de los autores de
Generación de modelos de negocio,
bestseller internacional con
1 millón de ejemplares vendidos

DEUSTO

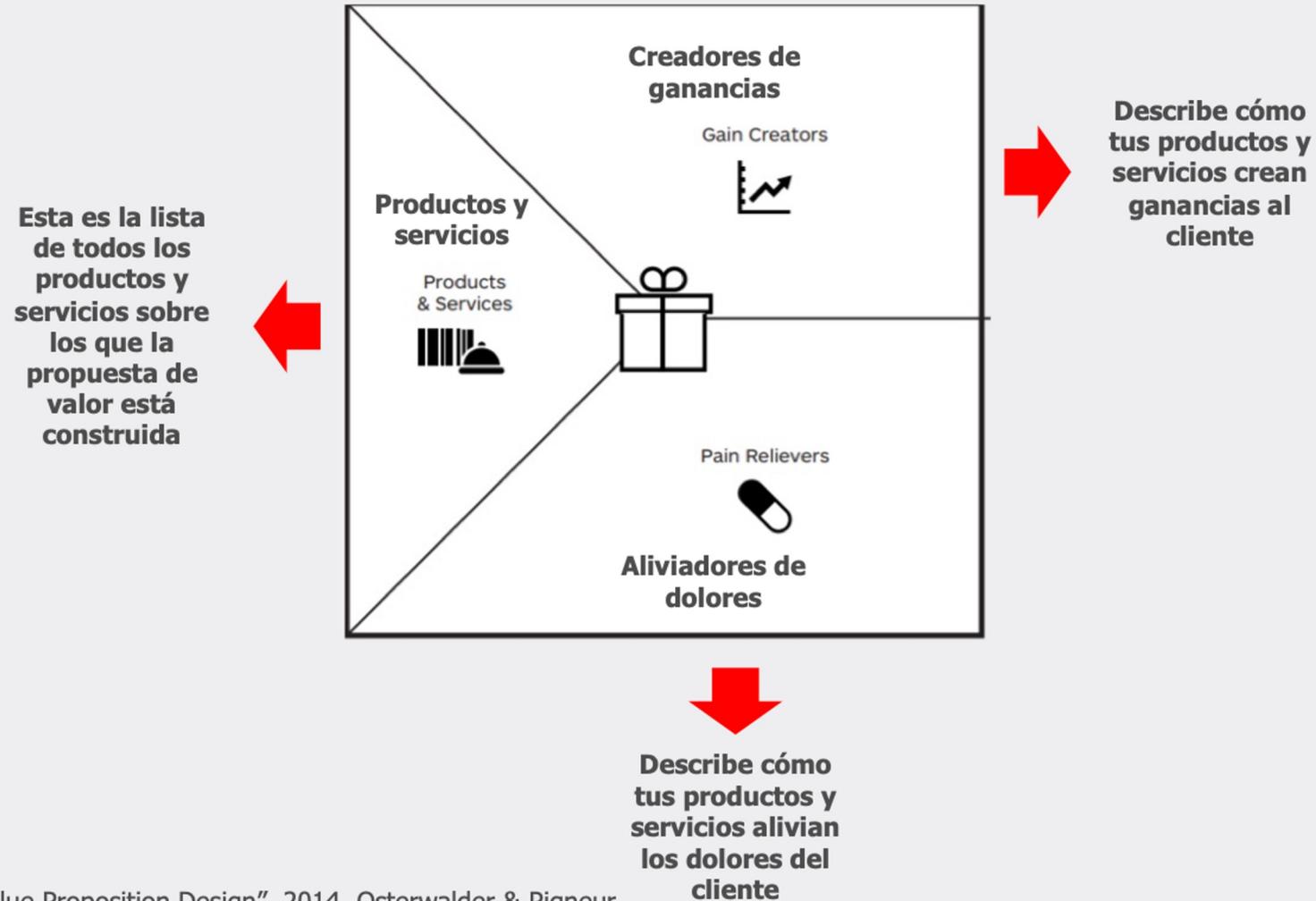
Canvas de Propuesta de Valor



Perfil del cliente



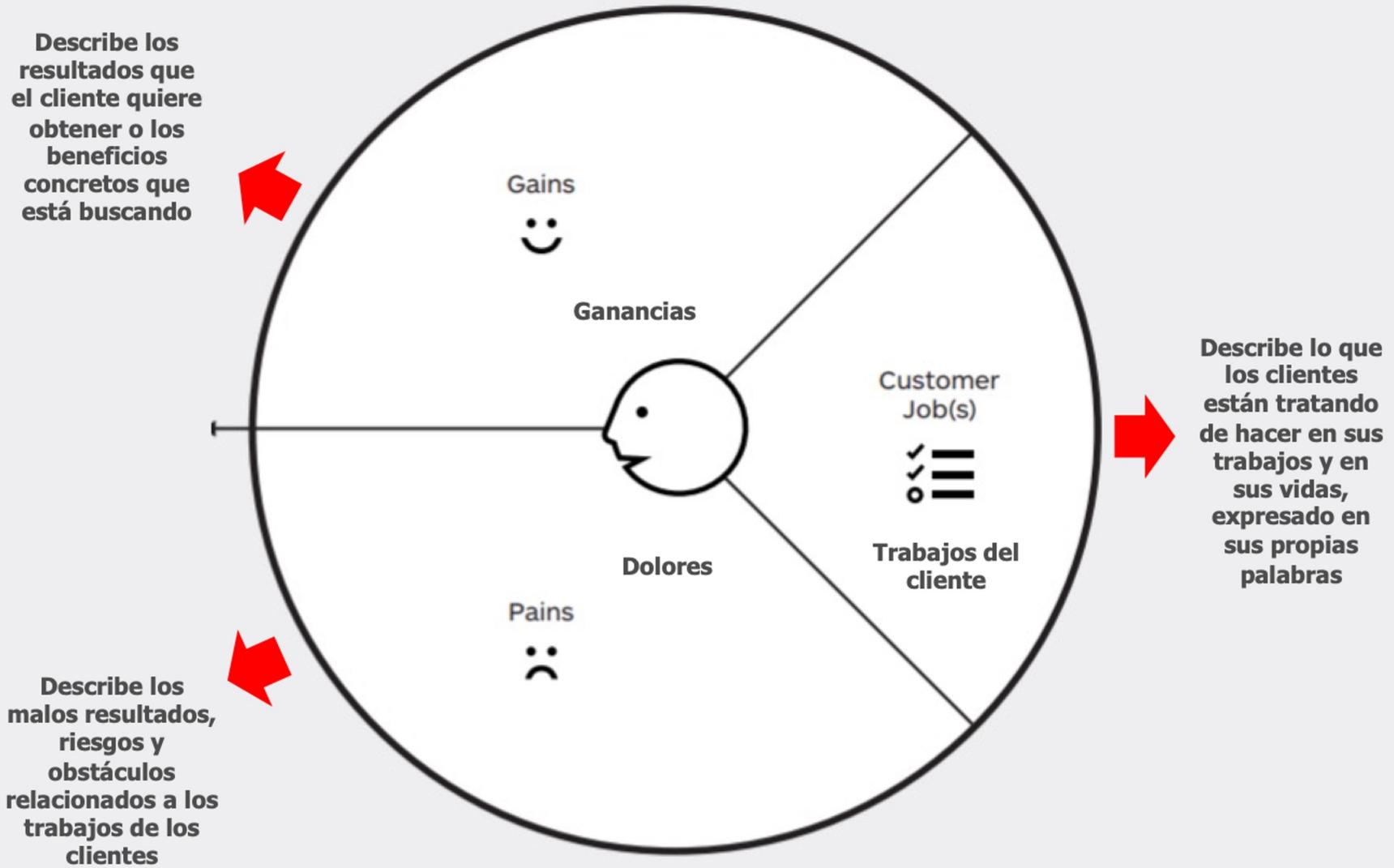
Mapa de valor

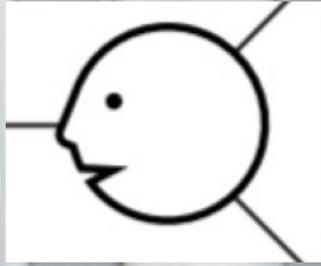


“Ejecutiv@s jóvenes están dispuesto a pagar más por snacks de calidad, que sean bajos en calorías, pero que sean fáciles de consumir también (y sabrosos). Por eso ofreceré barras de alimentos naturales y nutritivos

Ejemplo producto

Perfil del cliente





JOAQUÍN ETCHEVERRÍA*

1. Tiene 29 años, está casado y acaba de tener a su primer hijo, Gabriel, que ya está a punto de llegar a su primer año.
2. Trabaja como ejecutivo en la multinacional Megacompany. Cree que pronto llegará a Subgerente, lo que sabe que es más responsabilidad.
3. Súmenle a eso el tema de que su hijo cada vez más requerirá acompañamiento y quiere ser un padre presente.
4. Generalmente entra como a las 8:30 y sale a las 19:00, llegando casa a las 20:00 casi. Le ha costado manejar los snacks entre comidas, y vive en un mundo donde la imagen preocupa.

* Información ficticia

Customer
Job(s)



Trabajos del
cliente

SER TOP PARA LLEGAR A LO TOP

1. Mostrarse como alguien sumamente pulcro y cuidadoso. Está en un ambiente que rápidamente enjuicia el descuido, en cualquier cosa.
2. Tener temas interesantes que conversar. No es solo ser buen profesional, es ser también una persona interesante en los almuerzos, cenas y networking.
3. Ver que su hijo lo reconoce, que quiere estar con él, que lo ve como un ser presente.
4. Llegar a Gerente antes de los 35. Tiene un plan de independizarse a los 50 y en su cabeza, estos son los pasos a seguir.
5. Sabe que lo que se viene será pesado, a nivel profesional y de equilibrio personal, por lo que requiere tener la energía suficiente.
6. Se desespera al sentir que no tiene tiempo. Cualquier solución que le ofrezcan que requiera aprendizaje, lo frustra.

Dolores

Pains



PERDER DE VISTA "LA PELOTA"

1. Sentir que algo no resultó porque se dejó estar.
2. Perder su estado físico, sobre todo en un momento donde no le da el tiempo o energía para hacer ejercicio intenso.
3. Cometer errores en su alimentación, al no conocer bien los temas de nutrición y no poder informarse correctamente con el tiempo disponible.
4. En una cultura de apariencias, no poder verse como uno más del grupo de primeros ejecutivos.
5. Perder la capacidad de aprender nuevas cosas al estar constantemente en el día a día

Foto de [Jeffrey F Lin](#) en [Unsplash](#)

Gains

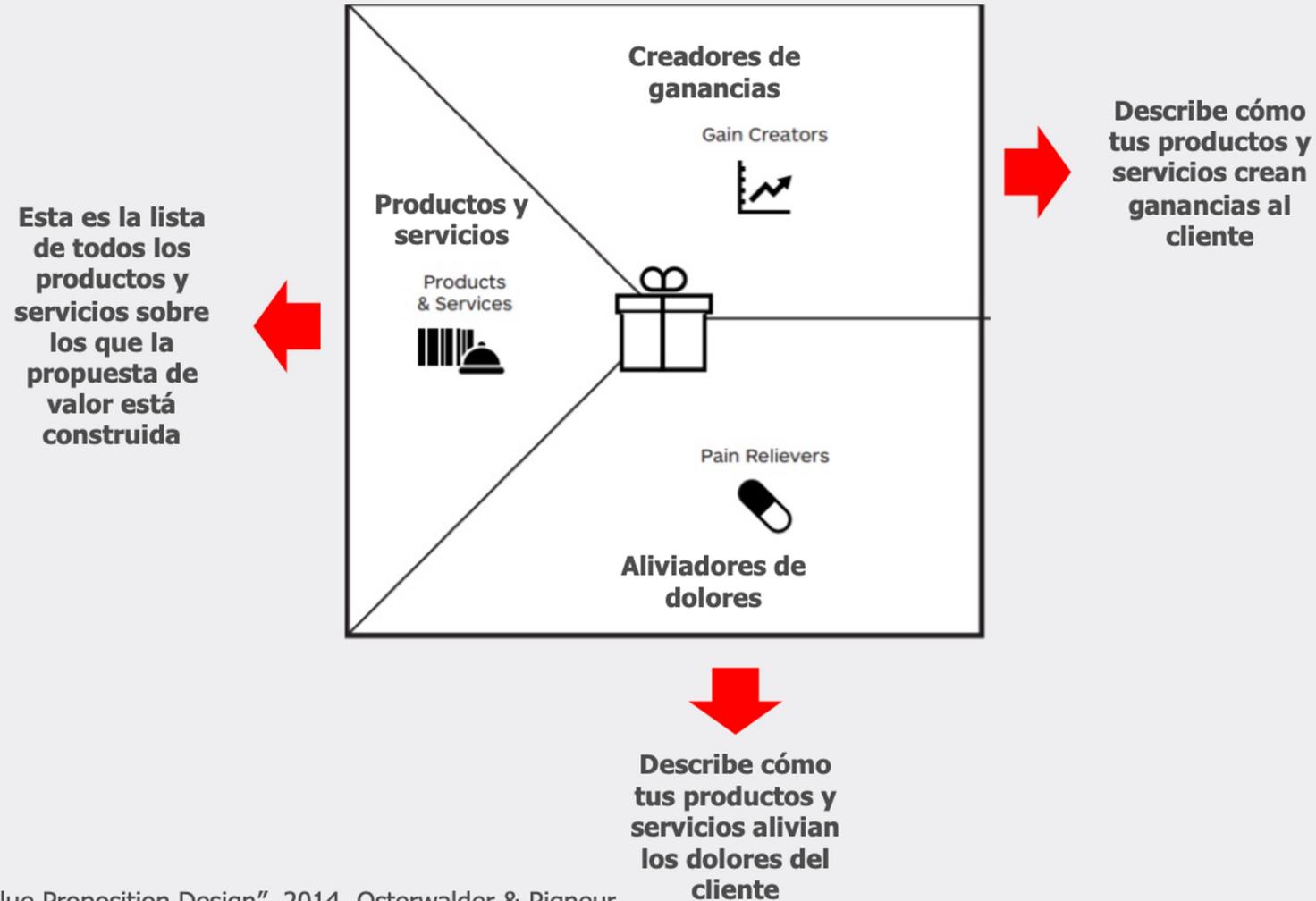


Ganancias

EL ESFUERZO EXACTO. NI MAS, NI MENOS

1. Sentir que está avanzando en todos sus frentes, a pesar que solo se concentre más en lo laboral.
2. No sobrepasar su peso ideal en más de 5 kgs.
3. Tener que dedicar menos de 1 hora a la semana a sus decisiones de compra de alimentos.
4. Que le digan que va bien encaminado en sus esfuerzos.
5. Ser reconocido explícitamente por sus pares como alguien que se cuida en todos sus frentes

Mapa de valor





SER TOP PARA LLEGAR A LO TOP

1. Mostrarse como alguien sumamente pulcro y cuidadoso. Está en un ambiente que rápidamente enjuicia el descuido, en cualquier cosa.
2. Tener temas interesantes que conversar. No es solo ser buen profesional, es ser también una persona interesante en los almuerzos, cenas y networking.
3. Ver que su hijo lo reconoce, que quiere estar con él, que lo ve como un ser presente.
4. Llegar a Gerente antes de los 35. Tiene un plan de independizarse a los 50 y en su cabeza, estos son los pasos a seguir.
5. Sabe que lo que se viene será pesado, a nivel profesional y de equilibrio personal, por lo que requiere tener la energía suficiente.
6. Se desespera al sentir que no tiene tiempo. Cualquier solución que le ofrezcan que requiera aprendizaje, lo frustra.

ERES LO QUE COMES

1. Packaging enfocado en demostrar limpieza y simpleza. Una imagen de pulcritud en la alimentación.
2. Que cada barra traiga un dato curioso interesante de conversar en los almuerzos o networking. Incluso puede ser un servicio de mensajería al suscribirse al producto.
3. Tener un plan de packs para padres e hijos. Que compartan un momento.
4. Charlas para jóvenes ejecutivos sobre gente que consume este alimento y como los ayudó en su carrera.
5. Alianzas con suplementos energéticos y nutricionistas especializados en alta performance ejecutiva.
6. Preparar un canal con infografías explicando el valor de cada alimento de nuestra marca.

Pain Relievers



Aliviadores de dolores

USERS: LAST 7 DAYS USING MEDIAN ▾

LOAD TIME VS BOUNCE RATE

PERDER DE VISTA "LA PELOTA"

1. Sentir que algo no resultó porque se dejó estar.
2. Perder su estado físico, sobre todo en un momento donde no le da el tiempo o energía para hacer ejercicio intenso.
3. Cometer errores en su alimentación, al no conocer bien los temas de nutrición y no poder informarse correctamente con el tiempo disponible.
4. En una cultura de apariencias, no poder verse como uno más del grupo de primeros ejecutivos.
5. Perder la capacidad de aprender nuevas cosas al estar constantemente en el día a día

MONITOREO Y VALIDACIÓN

1. Asociación con app para monitorear calorías y peso. Gatilla mensaje cuando nos pasamos.
2. Llamadas de cortesía para monitorear como va su alimentación. Concursos donde se muestre lo que comen.
3. Promoción, como parte de la suscripción, de conversaciones mensuales con nutricionista, basado en los alimentos de la marca.
4. Reuniones de networking con ejecutiv@s que están buscando lo mismo que él, para ver buenas prácticas de autocuidado con el poco tiempo que tienen.
5. Mensajería con tips sobre lo que están aprendiendo otras personas con su estilo de

0.7s

2.7Mpvs

40.6%

479K

17min

2pvs

Foto de [Luke Chesser](#) en [Unsplash](#)

Creadores de
ganancias

Gain Creators



EL ESFUERZO EXACTO. NI MAS, NI MENOS

1. Sentir que está avanzando en todos sus frentes, a pesar que solo se concentre más en lo laboral.
2. No sobrepasar su peso ideal en más de 5 kgs.
3. Tener que dedicar menos de 1 hora a la semana a sus decisiones de compra de alimentos.
4. Que le digan que va bien encaminado en sus esfuerzos.
5. Ser reconocido explícitamente por sus pares como alguien que se cuida en todos sus frentes

VALIDACIÓN CONSTANTE

1. Entregar un test mensual que mida sus avances (o puede ser a través de data y una app) para decirle si va bien o mal en su alimentación, carrera, aprendizajes, etc.
2. Control de peso semanal, para que esté consciente de ello.
3. Predefinir un pack de compras a hacer, en alianza con Uber Eats, para que sea apretar "enviar" solamente y le llegue a casa, dado los datos que tengamos de la persona.
4. Tener un ser humano por Whatsapp que le diga si va bien y destaque lo positivo.
5. Tener una competencia entre la gente de la empresa sobre quién tiene más autocuidado.

Contenidos

- Diseño de propuesta de valor
- Modelo lean startup



LEAN STARTUP

Business Model

A web platform where users can rent out their space to host travelers to:

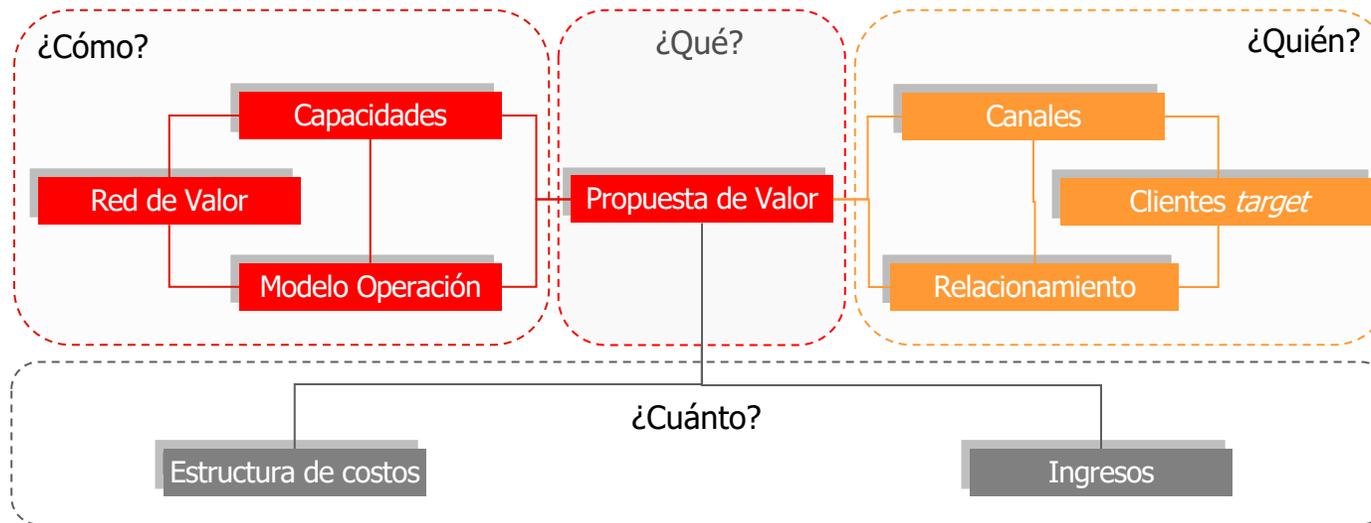
10.6 Million
Trips W/ AirBnB
Market Share

\$70 / Night

Foto de [Slidebean](#) en [Unsplash](#)

El modelo de negocios no es un fin en si mismo, sino que una herramienta para testear y validar hipótesis

Framework conceptual de Modelo de Negocios (Alex Osterwalder)



**El modelo de negocio
son sólo supuestos**

Hasta que validamos lo
contrario

9 de cada 10 proyectos
innovadores mueren

66% cambia su
plan original

Lean Startup:

Pasar de un plan A a un plan que funciona antes de quedar sin recursos

Plan que funciona:
Modelo de negocios
repetible y escalable



Eric Ries



Partimos negocios sin
saber ni siquiera si
tenemos un mercado real

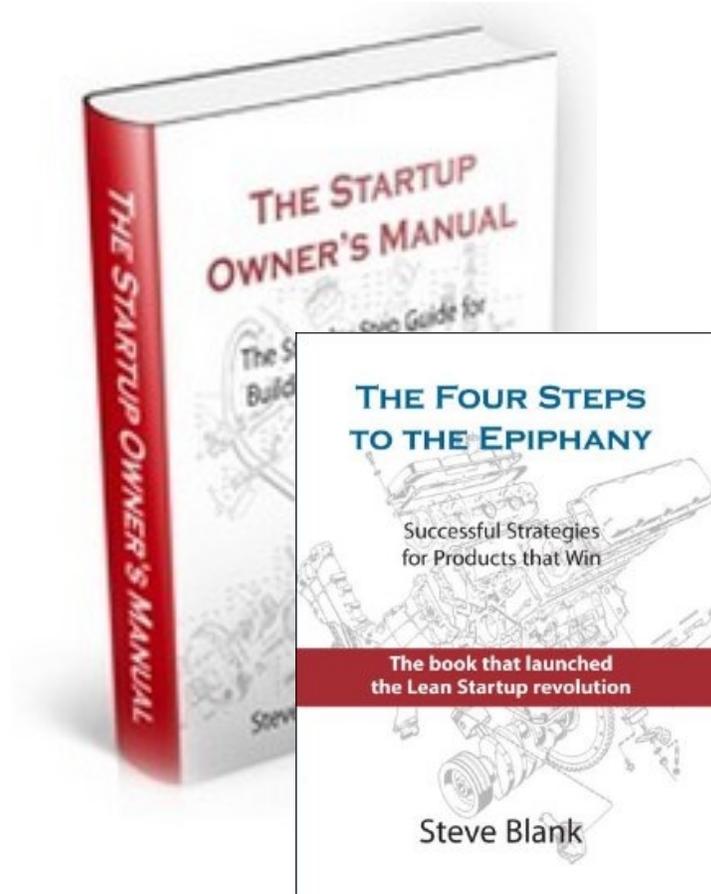
El modelo de negocio tiene supuestos en cada caja, por lo que debe revisarse en detalle cómo validar cada tema

Supuestos comunes

	Supuestos no validados	Ejemplo
1 Qué	<ul style="list-style-type: none">• La necesidad principal que aqueja a mi cliente• La razón por la que me están comprando el producto• Un atributo secundario que se asume como p. de valor	BancoEstado Microempresas (Chile). Sistema de ahorro para feriantes, para que puedan "jubilar" o retirarse
2 Quién	<ul style="list-style-type: none">• El perfil de cliente que será el early adopter• La forma en que le hago llegar mi p. de valor al cliente• El tipo de acompañamiento que requiere un cliente	Airbnb (USA). Invitación casa por casa para juntar masa crítica que movilizara el proyecto.
3 Cómo	<ul style="list-style-type: none">• Alianzas que participarán en el negocio• Acciones que deben cometer los usuarios/clientes• Calidad requerida por los procesos que ejecutamos	Google Wave (USA). Sistema fácil para compartir información sobre un proyecto
4 Cuánto	<ul style="list-style-type: none">• Disposición de pago de los clientes• Presupuesto	Adopteunmec (Francia). Sistema de invitaciones finitas y modelo de pricing diferenciado.



Steve Blank



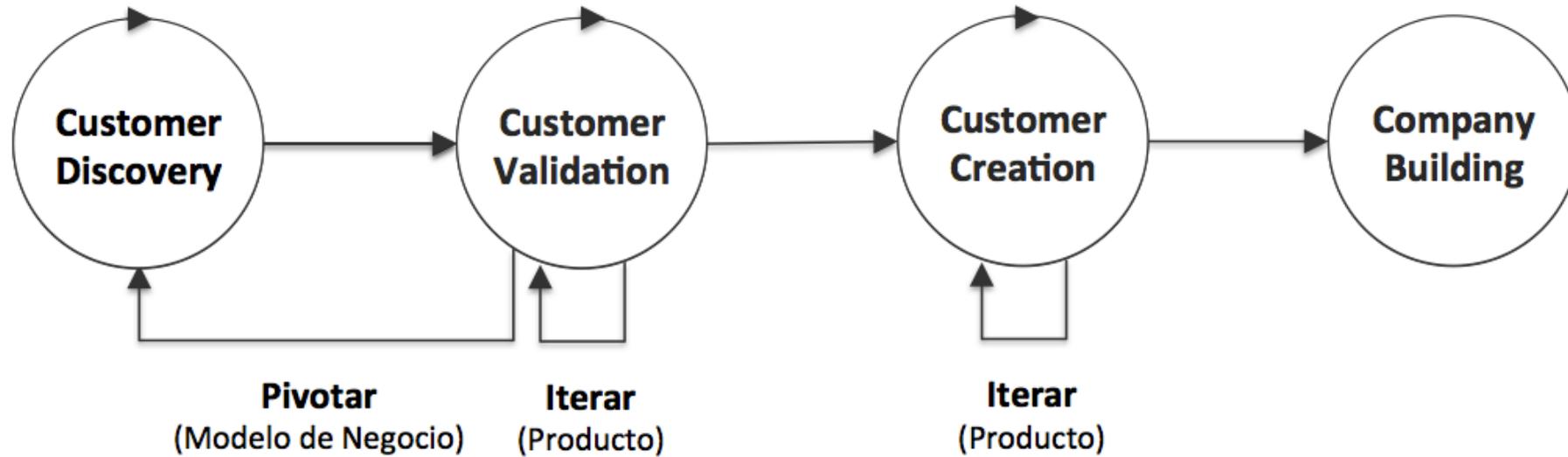
"Get out of the building"

Del mismo modo que
desarrollamos un
producto, también
desarrollamos un cliente

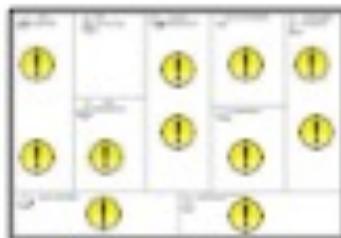
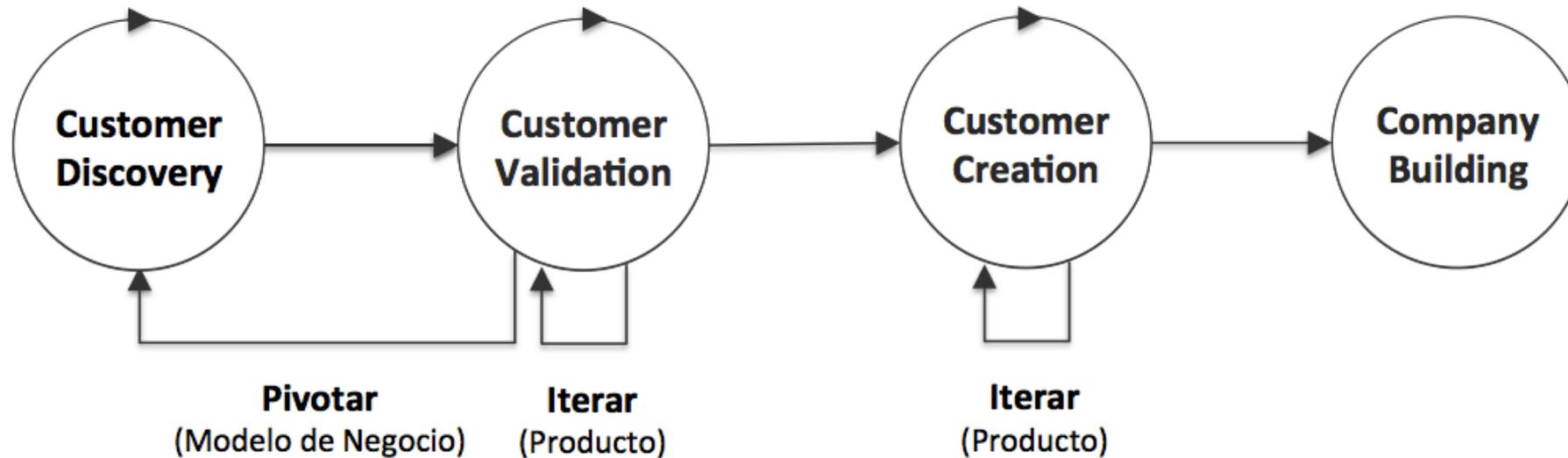
Customer development:
Construye tu negocio
centrado en el cliente, no
en tu intuición

Customer development es un proceso de 4 etapas que permite descubrir a nuestro cliente y sus necesidades reales

- Customer development

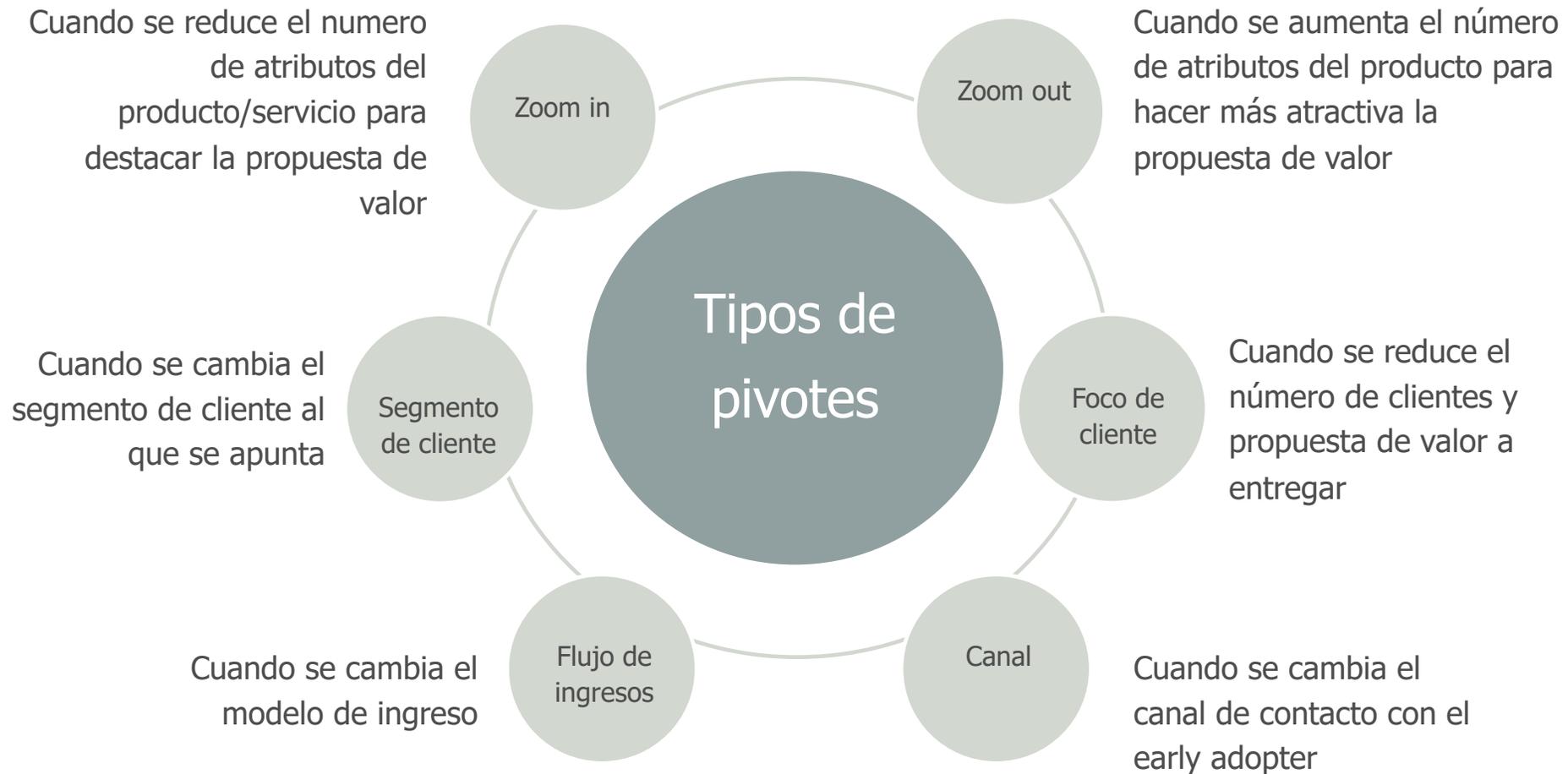


Cada parte del proceso nos permite validar el modelo de negocio hasta llegar a un modelo escalable y repetible



Existen seis tipos de pivotes que hacen referencia al tipo de cambio que requiere el modelo de negocios

Tipos de pivote

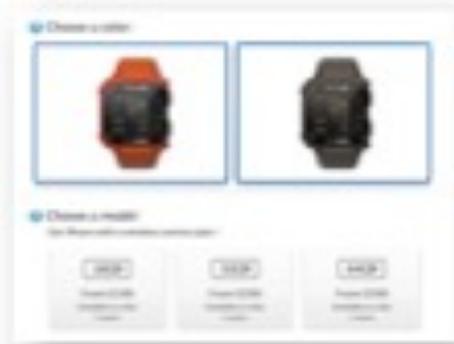


Antes de cualquier desarrollo o producción, debes crear tu Minimum Viable Producto (MVP)



Pre-order website

- Con la descripción
- Con carrito de la compra



Material de venta

- Presentación PowerPoint
- Flyer



Prototipo

- No funcional
- Impresión 3D, etc.



Un MVP es un producto que transmite las características de la propuesta de valor sin ser necesariamente una versión acabada del producto o servicio



Use twttt to stay in touch with your friends all the time. If you have a cell and can txt, you'll never be bored again...EVER!

What your friends are

- Kevin System baby-sitting
- Jeremy Home - boys to bed
- Kate It's my birthday!

.kintime

follow along with what your

txt

(or)

What are you doing?

Send

.what up?

send updates from your cell or from the web about

Sign in.

Mobile number (or email)

Password (or PIN)

Remember me

Sign in

New? Sign up!

twttt works best when updated from your mobile phone. To verify you are you, we'll need your number.

amazon.com
Earth's biggest bookstore

consistently low prices.

(If you explore just one thing, make it our personal notification service. We think it's very cool!)

SPOTLIGHT! -- AUGUST 16TH

These are the books we love, offered at Amazon.com low prices. The spotlight moves EVERY day so please come often.

ONE MILLION TITLES

Search Amazon.com's [million title catalog](#) by author, subject, title, keyword, and more... Or take a look at the [books we recommend](#) in over 20 categories... Check out our [customer reviews](#) and the [award winners](#) from the Hugo and Nebula to the Pulitzer and Nobel... and [bestsellers](#) are 30% off the publishers list..

EYES & EDITORS, A PERSONAL NOTIFICATION SERVICE

Like to know when that book you want comes out in paperback or when your favorite author releases a new title? Eyes, our tireless, automated search agent, will send you mail. Meanwhile, our human editors are busy previewing galleys and reading advance reviews. They can let you



[thefacebook]
login register about

Email:
Password:
register
login

Welcome to Thefacebook!

[Welcome to Thefacebook]

Thefacebook is an online directory that connects people through social networks at colleges.

We have opened up Thefacebook for popular consumption at **Harvard University**.

You can use Thefacebook to:

- Search for people at your school
- Find out who are in your classes
- Look up your friends' friends
- See a visualization of your social network

To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in.

Register Login

Google!

Search the web using Google!

10 results

Google Search

I'm feeling lucky

Index contains ~25 million pages (soon to be much bigger)

[About Google!](#)

[Stanford Search Linux Search](#)

Get Google! updates monthly!

your e-mail

Subscribe

[Archive](#)

Copyright ©1997-8 Stanford University

El foco de venta está en los early adopters. Estos son los encargados de evaluar tu producto y entregarte feedback.

Características de los early adopters

Early adopters

- Confirman que estamos en presencia de un problema que requiere ser resuelto.
- NO aceptan el problema como algo con lo que deben vivir.
- Ya están invirtiendo recursos (Tiempo, dinero, curva de aprendizaje) para tratar de resolver el problema.
- NO tienen barreras que les impidan probar una solución imperfecta

¿Cuándo debemos pivotear o perseverar en la etapa de customer validation?

Acciones a tomar según resultado MVP

¿Hay ventas?	¿Hay clientes satisfechos?	Acción
Sí	Sí	Perseverar hacia la venta masiva
Sí	No	Iterar sobre el producto
No	Sí	Pivotear el modelo de negocio

Se debe diferenciar bien entre visión, estrategia y producto. En un proyecto de innovación, no todos cambian

- Visión, estrategia y producto



¿Qué significa validar un modelo de negocios?

The Business Model Canvas

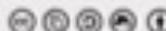
Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

<p>Key Partners </p> <p>Who are our key partners? Who are our key suppliers? Which key resources are we acquiring from partners? Which key activities do partners perform?</p> <p>EXAMPLES Distribution and logistics Manufacturing and services Partners in an open innovation ecosystem</p> 	<p>Key Activities </p> <p>What key activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p>EXAMPLES Production Logistics Retail, Service Software Development</p> 	<p>Value Propositions </p> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customers' problems are we relieving or solving? What bundles of products and services are we offering to each customer segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p>EXAMPLES Performance Reliability Customization Convenience Speed Flexibility Price Risk Reduction Self-Service Accessibility Sustainability</p> 	<p>Customer Relationships </p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How do they integrate with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p>EXAMPLES Personal assistance Self-Service Technology Self-Service Automated services Communities</p> 	<p>Customer Segments </p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p>EXAMPLES New Markets Global Markets New Customer Segments Market Niches</p> 																					
<p>Key Resources </p> <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p>EXAMPLES Physical Intellectual Human Financial Social</p> 		<p>Channels </p> <p>Through which Channels do our Customer Segments reach their markets? How do our Channels integrate with each other? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer relationships?</p> <p>EXAMPLES 1. Direct sales 2. Retailers 3. Sales force 4. Partners 5. Resellers 6. Intermediaries 7. Agents 8. Other sales 9. Other sales</p> 																							
<p>Cost Structure </p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p>EXAMPLES Raw Materials Production Distribution Logistics Retail, Service Software Development Manufacturing and services Partners in an open innovation ecosystem</p> 			<p>Revenue Streams </p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How do they currently pay? How should they prefer to pay? How much value does Revenue Stream contribute to overall margins?</p> <table border="0"> <tr> <td>TYPE</td> <td>KEY RESOURCES</td> <td>KEY ACTIVITIES</td> </tr> <tr> <td>Usage-based</td> <td>Customer Segment</td> <td>Customer Relationship</td> </tr> <tr> <td>Subscription</td> <td>Customer Segment</td> <td>Customer Relationship</td> </tr> <tr> <td>Advertising</td> <td>Customer Segment</td> <td>Customer Relationship</td> </tr> <tr> <td>Commission</td> <td>Customer Segment</td> <td>Customer Relationship</td> </tr> <tr> <td>License fee</td> <td>Customer Segment</td> <td>Customer Relationship</td> </tr> <tr> <td>Other</td> <td>Customer Segment</td> <td>Customer Relationship</td> </tr> </table> 		TYPE	KEY RESOURCES	KEY ACTIVITIES	Usage-based	Customer Segment	Customer Relationship	Subscription	Customer Segment	Customer Relationship	Advertising	Customer Segment	Customer Relationship	Commission	Customer Segment	Customer Relationship	License fee	Customer Segment	Customer Relationship	Other	Customer Segment	Customer Relationship
TYPE	KEY RESOURCES	KEY ACTIVITIES																							
Usage-based	Customer Segment	Customer Relationship																							
Subscription	Customer Segment	Customer Relationship																							
Advertising	Customer Segment	Customer Relationship																							
Commission	Customer Segment	Customer Relationship																							
License fee	Customer Segment	Customer Relationship																							
Other	Customer Segment	Customer Relationship																							

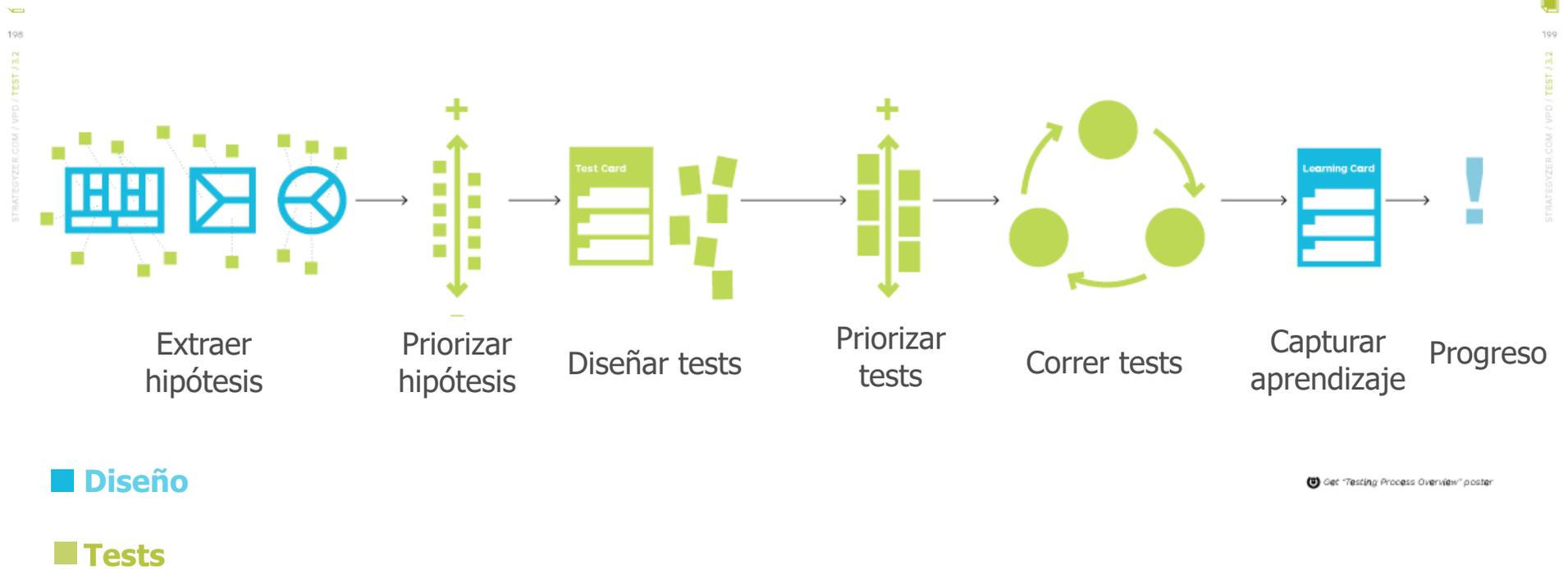


DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The experts of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

¿Cómo es el proceso de testeo?

Visión del proceso de testeo





Hipótesis de negocio:

Algo que debe ser cierto para que tu idea funcione parcial o totalmente, pero que no ha sido validado aún

Pregúntate qué necesita ser cierto acerca de:

- Tu modelo de negocios
- Tu propuesta de valor
- Tu cliente



¿Qué puede matar tu negocio?

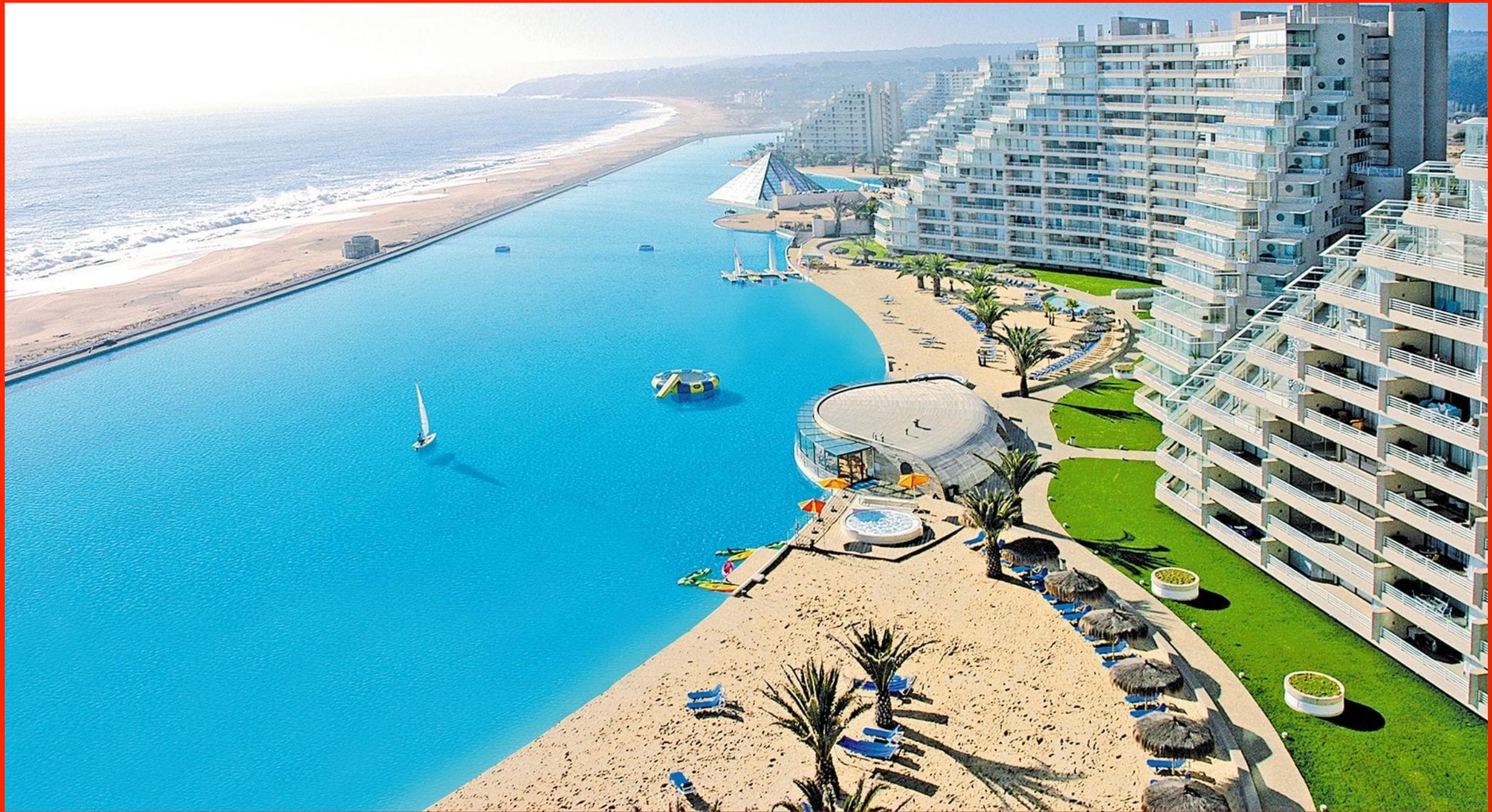
No todas las hipótesis son igualmente relevantes, algunas pueden matar tu negocio más rápido que otras

Algunos de los “mata negocios”

- Se requiere un cambio cultural muy fuerte
- El dolor no es muy fuerte dada la solución actual
- Complejidad de la solución técnica
- Disposición a pagar
- Priorización de dolor/ganancia/trabajo







Cómo realizar tests

El diseño de un test implica tomar una hipótesis (sólo una) y definir cuál es la forma más efectiva de probar si estábamos en lo correcto o no. Para medirlo debes tener métricas y un criterio para definir si se valida o se rechaza

Test Card Strategyzer

Test Name	Deadline
Assigned to	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS
We believe that []
Critical: [] [] []

STEP 2: TEST
To verify that, we will []
Test Cost: [] [] [] Data Reliability: [] [] []

STEP 3: METRIC
And measure []
Time Required: [] [] []

STEP 4: CRITERIA
We are right if []

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Test Card

Strategyzer

Test Name	Deadline
Assigned to	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure

Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Test Card

Strategyzer

AdWords campaign	May 1, 2014
Natasha Hanshaw	2 weeks

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that businesspeople are looking for methods to help them design better value propositions.

Critical:

STEP 2: TEST

To verify that, we will launch a Google AdWords campaign around the search term "value proposition."

Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure how the advertising campaign performs in terms of clicks.

Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if we can achieve a click-through rate (CTR) of at least 2 percent (number of clicks divided by total impressions of ad).

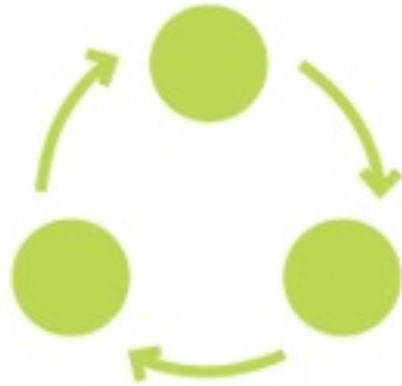
Copyright Business Model Foundry AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer



¿Priorizar según importancia de hipótesis?

Sí, pero además seleccionar aquellos que tienen menor uso de recursos en tiempo y gasto de dinero al inicio y después ir subiendo según impacto del test e importancia de la hipótesis

Correr los experimentos



Eligiendo el test:

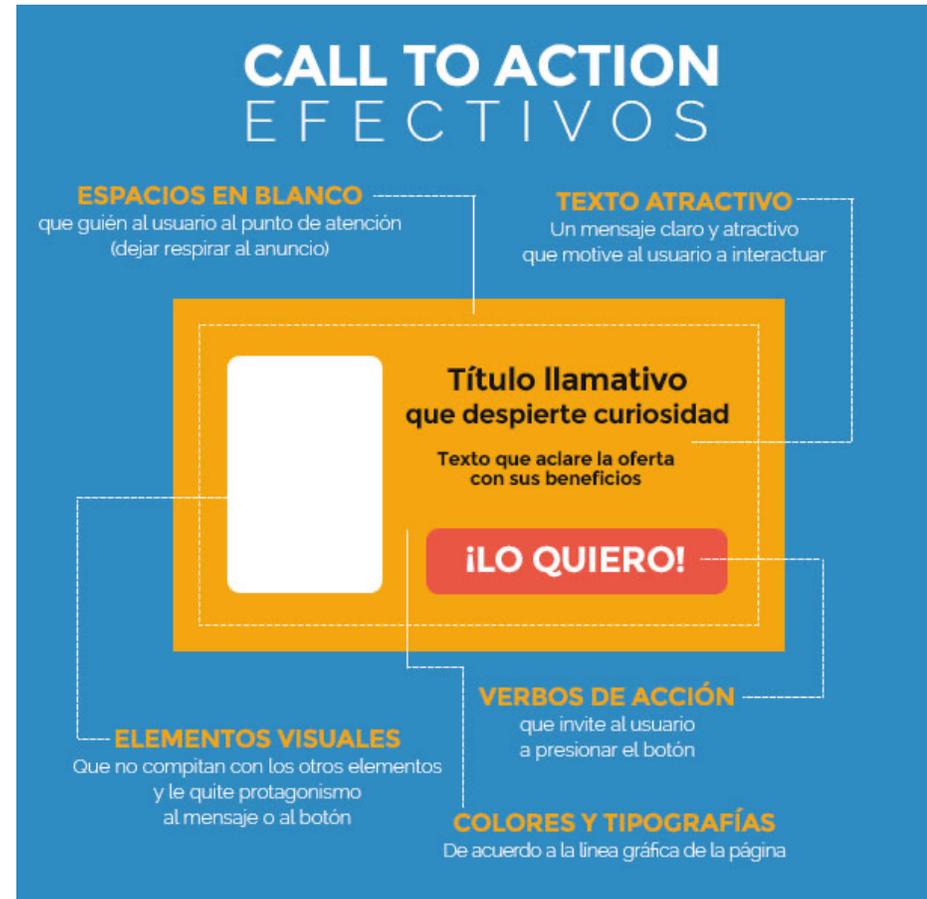
Debemos seleccionar las herramientas correctas para validar cada test priorizado

Herramientas vistas:

- Sketching
- Storytelling
- Storyboard
- Video Prototyping
- Role Playing
- Service Prototype
- Mago de Oz

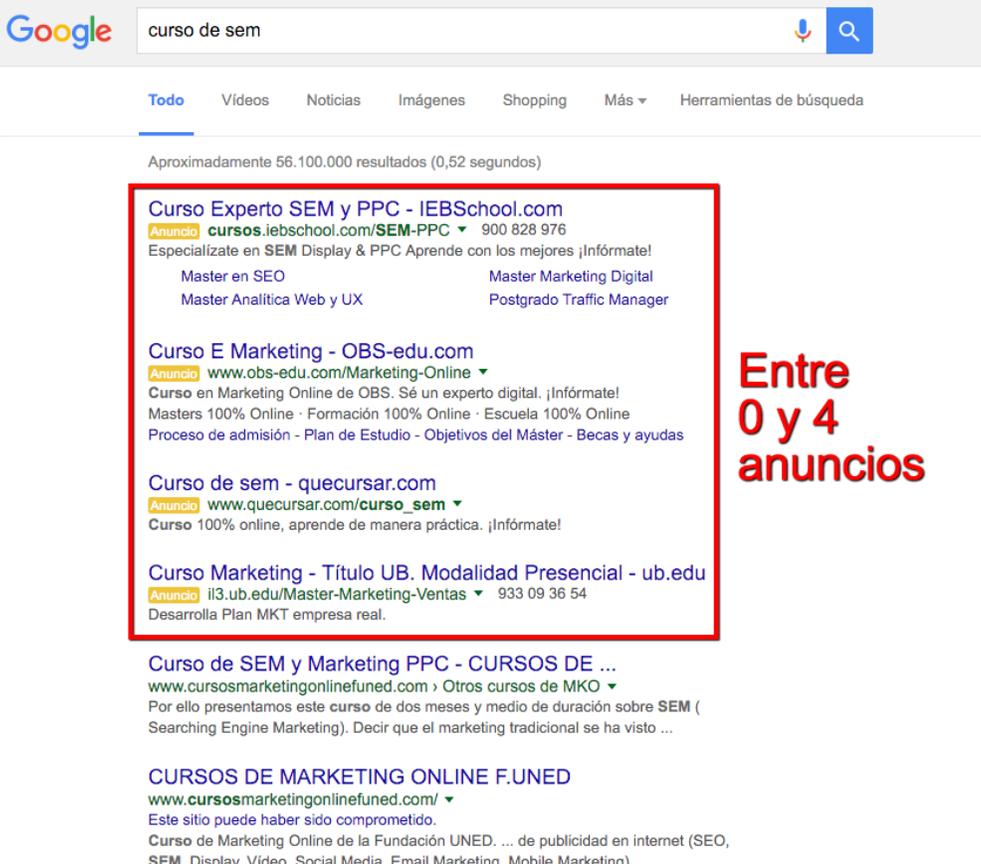
Producir evidencia con un "Call to action" (CTA)

- Enfocado en mundo web o mobile
- Se usa generalmente cuando quieres validar intereses, prioridades, disposición a pagar
- Lo que se busca es medir la "conversión" (Cuánta gente realiza la acción)



Testear intereses con Avisos pagados (como Adwords)

- Mide intereses, pero permite definir campañas en paralelo
- Te permite medir preferencias
- Atraes público más allá de los clientes con los que tienes más contacto



Google curso de sem

Todo Vídeos Noticias Imágenes Shopping Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 56.100.000 resultados (0,52 segundos)

Curso Experto SEM y PPC - IEBSchool.com
Anuncio cursos.iebschool.com/SEM-PPC 900 828 976
Especialízate en SEM Display & PPC Aprende con los mejores ¡Infórmate!
Master en SEO Master Marketing Digital
Master Analítica Web y UX Postgrado Traffic Manager

Curso E Marketing - OBS-edu.com
Anuncio www.obs-edu.com/Marketing-Online
Curso en Marketing Online de OBS. Sé un experto digital. ¡Infórmate!
Masters 100% Online · Formación 100% Online · Escuela 100% Online
Proceso de admisión · Plan de Estudio · Objetivos del Máster · Becas y ayudas

Curso de sem - quecursar.com
Anuncio www.quecursar.com/curso_sem
Curso 100% online, aprende de manera práctica. ¡Infórmate!

Curso Marketing - Título UB. Modalidad Presencial - ub.edu
Anuncio i13.ub.edu/Master-Marketing-Ventas 933 09 36 54
Desarrolla Plan MKT empresa real.

Curso de SEM y Marketing PPC - CURSOS DE ...
www.cursosmarketingonlinefuned.com › Otros cursos de MKO
Por ello presentamos este curso de dos meses y medio de duración sobre SEM (Searching Engine Marketing). Decir que el marketing tradicional se ha visto ...

CURSOS DE MARKETING ONLINE F.UNED
www.cursosmarketingonlinefuned.com/
Este sitio puede haber sido comprometido.
Curso de Marketing Online de la Fundación UNED. ... de publicidad en internet (SEO, SEM, Display, Video, Social Media, Email Marketing, Mobile Marketing).

Entre 0 y 4 anuncios

Trackear "link único"

- Te permite medir intereses en distintos perfiles
- Defines un link único (con servicios como goo.gl) y lo compartes con un potencial cliente
- Puedes trackear si lo abrió o no, o cuánto tiempo estuvo

Generate a Unique Link [Close]

Generate a Unique Link
Step 1 of 2: Enter Details

Enter the details for this link. Click "Next" to continue.

Affiliate * : Jodis Network [v]

Campaign * : Jodis Network - \$10 KFC Giftcard [v]

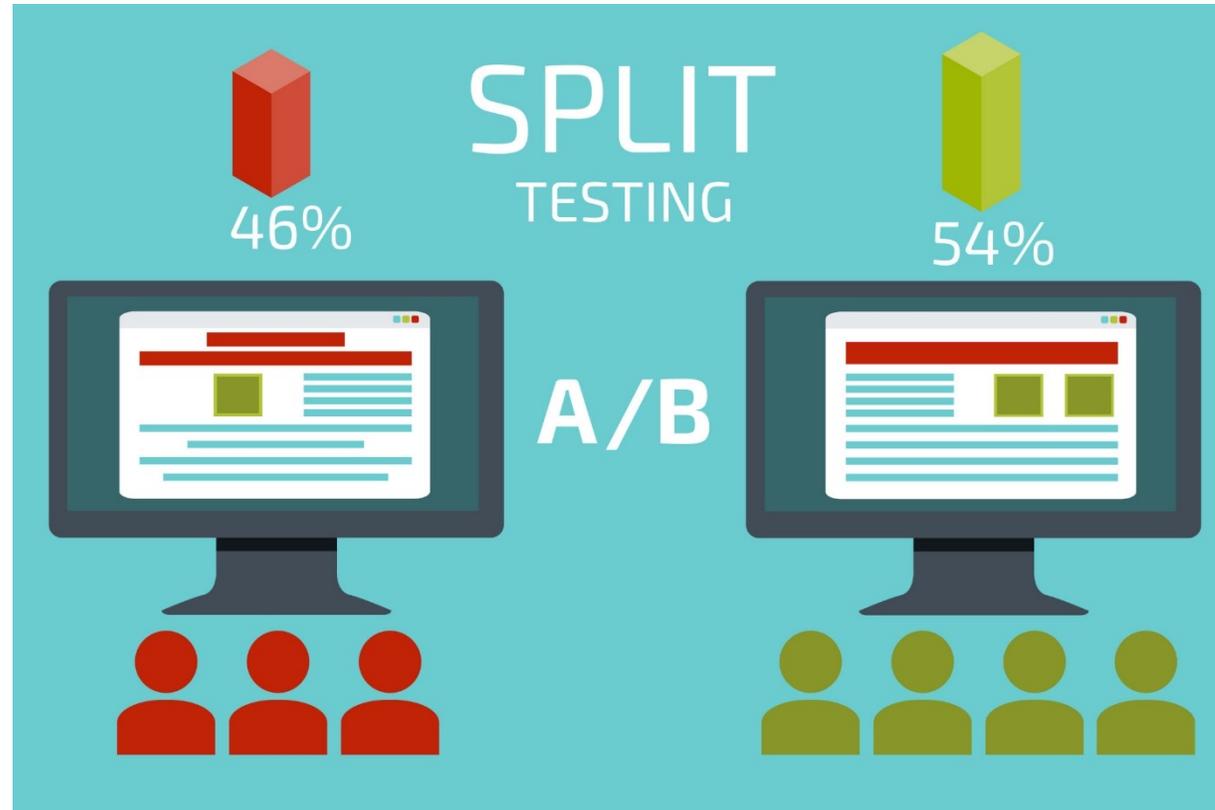
Creative * : 1130008 - Link [v]

Link Clicks.

< Previous Next >

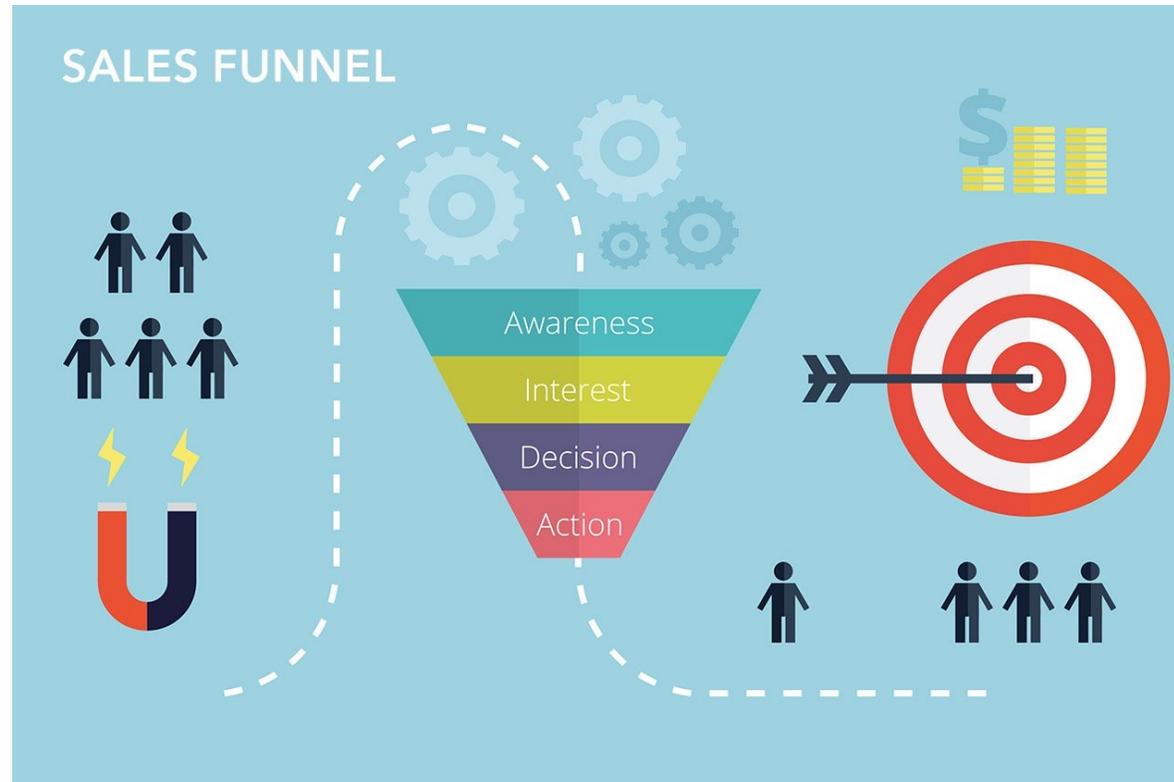
Split testing (A/B Testing)

- Sirve para validar propuestas más atractivas que otras
- Cada visitante recibe una landing page al azar
- Posteriormente se mide la que tiene mejor "conversión"



Ventas ficticias

- Sirve para validar propensión a comprar
- Se debe ser muy responsable con cumplir con expectativas y explicar al cliente
- No sólo es aplicable en la web o en servicios móviles



Test Card Strategyzer

Test Name	Deadline
Assigned to	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

Critical:

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure

Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Test Card Strategyzer

AdWords campaign	May 1, 2014
Natasha Hanshaw	2 weeks

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that businesspeople are looking for methods to help them design better value propositions.

Critical:

STEP 2: TEST

To verify that, we will launch a Google AdWords campaign around the search term "value proposition."

Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure how the advertising campaign performs in terms of clicks.

Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if we can achieve a click-through rate (CTR) of at least 2 percent (number of clicks divided by total impressions of ad).

Aprendizajes

Esta parte es sumamente importante, pues sin aprendizaje no existe valor detrás del experimento. Se debe definir bien cuál fue el resultado, lo aprendido y por supuesto, próximos pasos

Learning Card



Insight Name *Date of Learning*

Person Responsible

STEP 1: HYPOTHESIS
We believed that

STEP 2: OBSERVATION
We observed

Data Reliability:   

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS
From that we learned that

Action Required:

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS
Therefore, we will

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Test Card

Strategyzer

Test Name	Deadline
Assigned to	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that

STEP 2: TEST

To verify that, we will

Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure

Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Test Card

Strategyzer

AdWords campaign	May 1, 2014
Natasha Hanshaw	2 weeks

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that businesspeople are looking for methods to help them design better value propositions.

Critical:

STEP 2: TEST

To verify that, we will launch a Google AdWords campaign around the search term "value proposition."

Test Cost: Data Reliability:

STEP 3: METRIC

And measure how the advertising campaign performs in terms of clicks.

Time Required:

STEP 4: CRITERIA

We are right if we can achieve a click-through rate (CTR) of at least 2 percent (number of clicks divided by total impressions of ad).

Copyright Business Model Foundry AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Learning Card Strategyzer

Insight Name Date of Learning

Person Responsible

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

STEP 2: OBSERVATION

We observed

Data Reliability:

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

Action Required:

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Learning Card Strategyzer

Demand for VP method May 1, 2014

Natasha Hanshaw

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that businesspeople are looking for methods to help them design better value propositions.

STEP 2: OBSERVATION

We observed a strong demand during workshops and a 2.5 percent CTR in our Google AdWords campaign.

Data Reliability:

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that there is a sufficiently strong interest for the topic.

Action Required:

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will launch a LinkedIn campaign to explore interest by segment (e.g., product managers).

Copyright Business Model Foundry AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Fuente: "Value Proposition Design", 2014, Osterwalder & Pigneur



“

Descubrí que las familias con hijos pequeños gastan hasta un 50% de su presupuesto por mes en ropa, por lo que creé ropa que se ajusta al bebé cuando crece



“

Extraer Hipótesis

- *Las madres tienen un gasto superior a \$30.000 en ropa al comprar las tenidas de su bebé*
- *La tiendas locales están dispuestas a trabajar con nosotros a base de comisión*
- *La Economía Circular me permitirá tener precios bajos*

74

EJEMPLO



“

Hipótesis: Las madres tienen un gasto superior a \$30.000 en ropa al comprar las tenidas de su bebé

Experimento: Regalaremos \$5.000 a 10 mujeres y las visitaremos para ver si fueron capaces de comprar ropa suficiente para un mes.

Métrica éxito: 70% declara que no pudo comprar la ropa suficiente sin poner de su propio dinero

Correr experimentos

“

Hipótesis: *Las tiendas locales están dispuestas a trabajar con nosotros a base de comisión*

Experimento: *Iremos a visitar una comuna piloto donde llevaremos un contrato de alianza a distintas tiendas*

Métrica éxito: *Logramos al menos 5 tiendas que firmaron el contrato en 1 mes*



Correr experimentos

“

Hipótesis: *La Economía Circular me permitirá tener precios bajos*

Experimento: *Diseñaremos con centros de investigación la ropa con las características requeridas*

Métrica éxito: *La predicción de inversión es menor a \$350MM y el costo de producir la prenda con materiales reciclados será menor a \$3.500 por unidad*

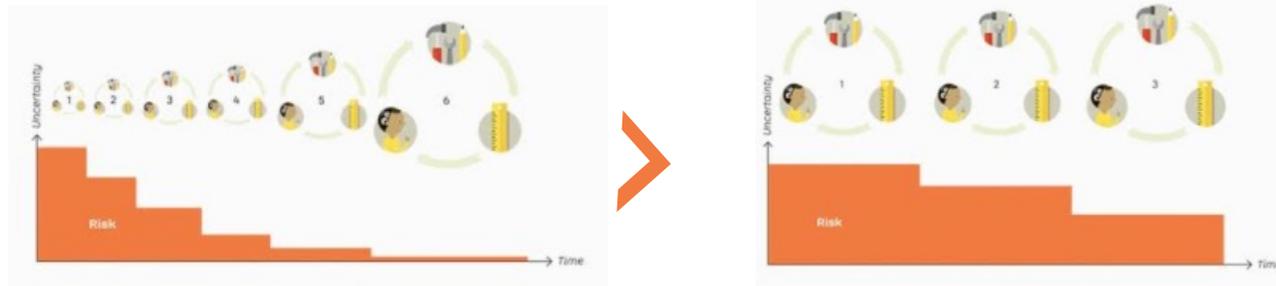
77

EJEMPLO

No confundir Lean
Startup con gastar poco
o hacer cosas a medias

Velocidad de progreso

Se debe replicar el proceso de testeo constantemente. Es mejor hacer muchas iteraciones que vayan creciendo que pocas iteraciones muy grandes



A top-down photograph of two people sitting at a dark, textured table. They are both holding white coffee cups filled with dark coffee. The person on the left is wearing a blue denim shirt, and the person on the right is wearing a white and blue striped shirt. A hand is visible at the top of the frame, pointing towards the cups. The background is slightly blurred, showing what appears to be a window or door.

¿QUÉ SIGNIFICA SER MENTOR Y
QUÉ TIENE QUE VER CON MODELO DE NEGOCIOS?

Photo by [Joshua Ness](#) on [Unsplash](#)



“

1. Mentor está siempre enfocado en estrategia
2. Cuestiona los supuestos del proyecto
3. Función principal en etapa temprana: Ayudar a encontrar modelo de negocios
4. Es diferente a un experto o coach

Algunas herramientas para testear

Launch a product in seconds with AI.

Have an idea for a startup, product or service? Bring it to life with AI effortlessly and watch it grow.

Free Trial Available • Over 2 Million Sites Created

Get Started for Free ✨

Excellent Rating of 4.8 stars on Trustpilot ★★★★★



ChatGPT



Game Time



Explore

Hoy

Crear IA para diagnóstico méca ...

WebChatGPT

New chat

Últimos 7 Días

Costo PMO mensual estándar

New chat

Últimos 30 Días

Población de América Latina

New chat

Board Game Setup Instructions

Asistente busca información.

ChatGPT 4 ▾



You

Muéstrame un código en el lenguaje que te parezca más fácil, para hacer una IA que permita evaluar al mejor especialista médico a visitar según mis síntomas



ChatGPT



Respuesta

Para desarrollar una inteligencia artificial (IA) que evalúe el especialista médico más adecuado a visitar según los síntomas, se puede utilizar Python debido a su amplia gama de bibliotecas de procesamiento de datos y aprendizaje automático. A continuación, te presento un esquema básico de cómo podría estructurarse este sistema:

1. **Recolección de Datos:** Necesitarás una base de datos que contenga información sobre síntomas, enfermedades y los especialistas médicos relevantes. Esta base de datos puede ser obtenida a través de registros médicos, estudios, o incluso scraping de páginas web.
2. **Preprocesamiento de Datos:** Los datos deben ser limpiados y transformados en un formato adecuado para el entrenamiento del modelo. Esto incluye la normalización de texto, la eliminación de datos irrelevantes,  conversión de datos categóricos en un formato numérico.



ChatGPT



Game Time



Explore

Hoy

Crear IA para diagnóstico mé... ⋮

WebChatGPT

New chat

Últimos 7 Días

Costo PMO mensual estándar

New chat

Últimos 30 Días

Población de América Latina

New chat

Board Game Setup Instructions

Asistente busca información.

ChatGPT 4 ▾

recomendaciones.

Aquí hay un ejemplo de código muy simplificado que ilustra los pasos básicos:

python

Copy code

```
import pandas as pd
from sklearn.model_selection import train_test_split
from sklearn.ensemble import RandomForestClassifier
from sklearn.metrics import accuracy_score

# Cargar datos
data = pd.read_csv('ruta/a/tu/dataset.csv') # Asegúrate de tener un da

# Preprocesamiento de datos
# Aquí debes realizar la limpieza y transformación de tus datos

# Dividir los datos en conjuntos de entrenamiento y prueba
X_train, X_test, y_train, y_test = train_test_split(data['síntomas'], d

# Entrenar el modelo
modelo = RandomForestClassifier()
modelo.fit(X_train, y_train)

# Evaluar el modelo
predicciones = modelo.predict(X_te
print("Precisión del modelo:" accuracy_score(y_test, predicciones))
```



Índice

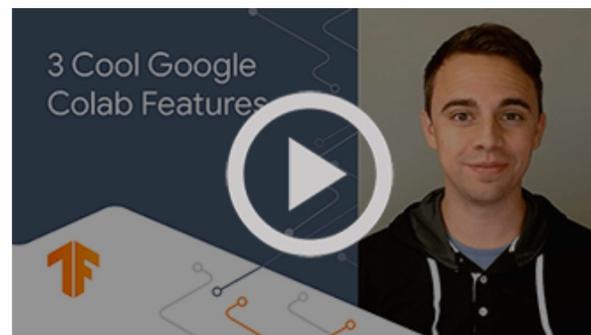
- Primeros pasos
- Ciencia de datos
- Aprendizaje automático
- Más recursos
- Ejemplos destacados
- Sección

+ Código + Texto Copiar en Drive

Conectar

Te damos la bienvenida a Colab

Si ya conoces Colab, echa un vistazo a este vídeo para obtener información sobre las tablas interactivas, la vista del historial de código ejecutado y la paleta de comandos.



¿Qué es Colaboratory?

Colab, también conocido como "Colaboratory", te permite programar y ejecutar Python en tu navegador con las siguientes ventajas:

- No requiere configuración
- Acceso a GPUs sin coste adicional
- Permite compartir contenido fácilmente

Colab puede facilitar tu trabajo, ya seas **estudiante, científico de datos o investigador de IA**. No te pierdas el vídeo de [Introducción a Colab](#) para obtener más información. O simplemente empieza con los pasos descritos más abajo.

▼ Primeros pasos



Filter By

Employment Type

- Full Time
- Part Time

Verification Status

- All
- Verified

Hourly Rates

Eg:\$4.00

Eg:\$8.00

Clear Filter

Search

Transcriber and Data Encoder

Mandaluyong, Philippines

Part Time

Preferred Rate: \$4.00/hr



VERIFIED

Attention To Details Transcription Services

Data Entry And Record-Keeping

Data Analysis And Reporting Quality Assurance

Problem Solving Mathematics Skills

Basic English Communication English Language Writing

About Me

An engineering professional looking for a small side hustle in providing transcribing, data entry and analysis and other office services.Looking forwar... [know More](#)

E-commerce Operations Manager

Manila, Philippines

Full Time

Preferred Rate: \$10.00/hr



VERIFIED

Amazon Shopify Amazon Management

Recruitment Skills Employee Management

Metrics And Performance Research Proficiency

Business Development Product/Service Knowledge

Problem-Solving

About Me

Well-Experienced E-Commerce Manager · Director of Operations · Chief Operating Officer · Operations Manager — With a sharp focus on delivering measurable r... [know More](#)

Appointment Setter / Bookkeeper / VA

Imus Cavite, Philippines

Full Time

Preferred Rate: \$4.00/hr



VERIFIED

Appointment Setting Computer Technology

Google Suite Ms Word And Excel Product Research

General Virtual Assistant/Bookkeeper

Sibulan, Philippines

Part Time

Preferred Rate: \$4.00/hr



VERIFIED

Transcribe Xero Bookkeeping Xero Bank Reconciliation

Virtual Assistance/Data Entry Google And Microsoft Office

Need Help?



Personal

Pro • 8 1



Inicio



Estudio Mágico

NUEVO



Proyectos >



Plantillas >



Mi Marca >



Apps >

¿Qué diseñaremos hoy?



Buscar en tus diseños o en Canva



Para ti



Canva Docs



Pizarras online



Presentaciones



Redes sociales



Videos



Impresiones



Sitios web



Más

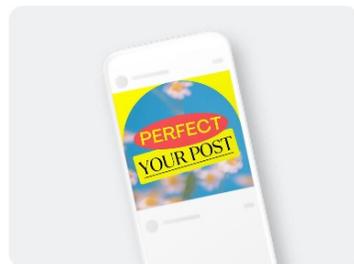
Podrías probar con esto...



Doc



Pizarra online



Post de Instagram (Vertical)



Currículum

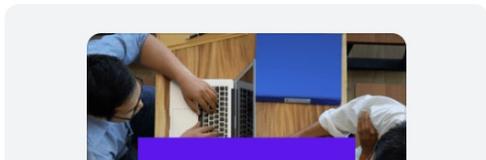


Agenda



Portafolio

Diseños recientes



Crea un equipo



Papelera





Foto de [Jaroslav Devia](#) en [Unsplash](#)



¡Muchas gracias!

