



Pon a prueba tu producto

2 de julio del 2019

18:00-19:00 hrs.

Lic. Arturo Guzzi Solano

Reglas de convivencia para los participantes del Taller

Participantes de la plática

Presentación que proyecta el instructor

Espacio para comentar, preguntar o aclarar dudas

Silenciar o activar micrófono

Activar o desactivar video

Chat de Grupo

De Dalia para Todos: es comenzar algo nuevo

De mi para Todos: iniciar una idea

De Thaly para Todos: Gracias por sus aportaciones D Liliana

De GSOBERA para mi: (En privado) Así va a ser Expositor frente a la cámara

De Dalia para Todos: Perforce: es una nueva teoría o referencia al camino de encont, consigo mismo

Enviar a: GSOBERA (En priva)

Escribir mensaje aquí...

Activar micrófono Detener video Invitar Participantes Compartir pantalla Chatear Grabar Salir de la reunión

Objetivo

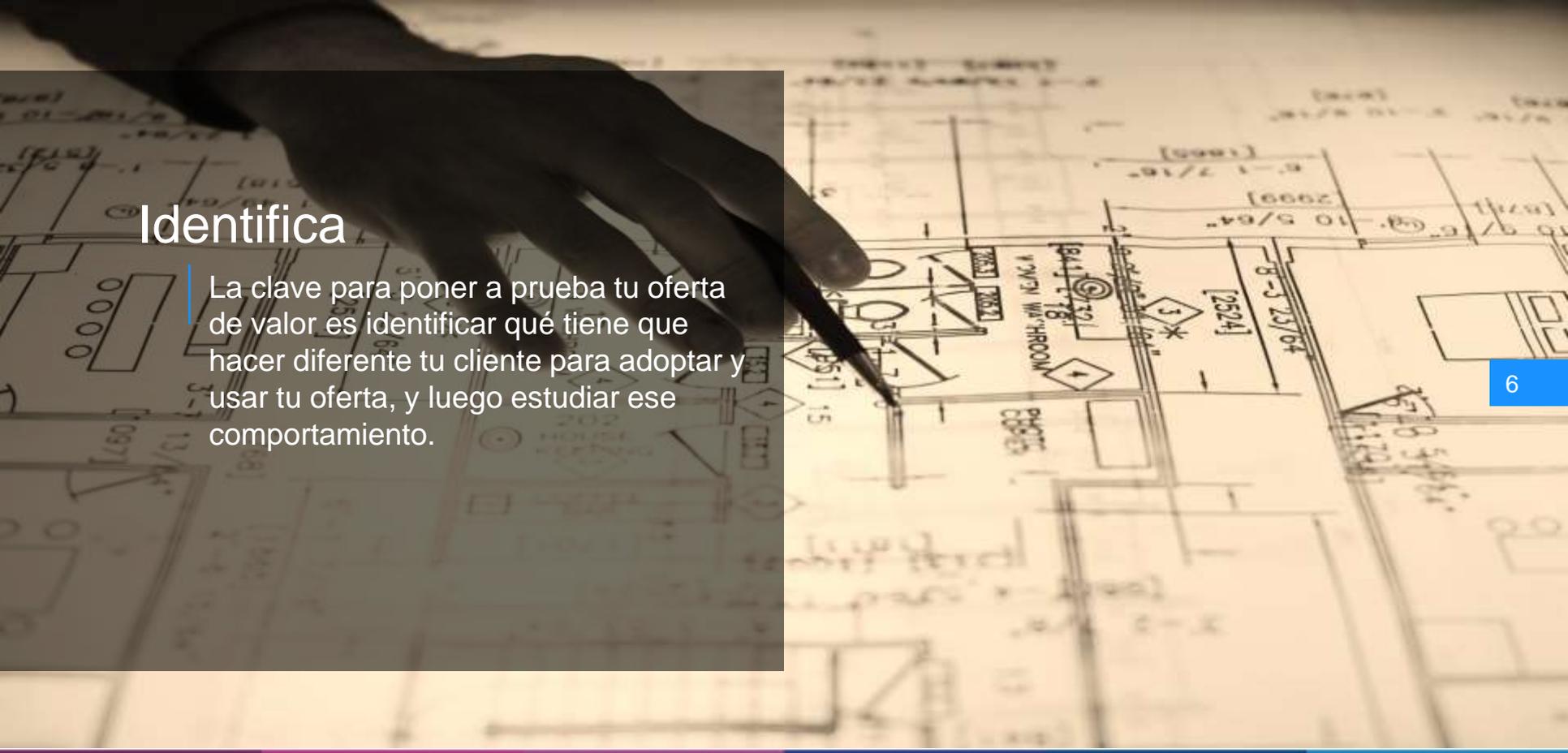
En este taller el participante conocerá qué es un Producto Mínimo Viable. También conocerá las formas de alcanzar a sus clientes a través de canales de difusión y cómo elaborar una presentación de su negocio en un formato de Elevator Pitch.

Temario

- Producto Mínimo Viable
 - Desarrollo de prototipo
- Adquisición de clientes
 - Elevator Pitch

Producto Mínimo Viable

Antes de comenzar a vender algo, prueba tu oferta de valor. Así te aseguras que exista un mercado a quien puedas vender y si cumples con las necesidades de los clientes.



Identifica

La clave para poner a prueba tu oferta de valor es identificar qué tiene que hacer diferente tu cliente para adoptar y usar tu oferta, y luego estudiar ese comportamiento.

Un producto mínimo viable permite obtener retroalimentación de la oferta antes de invertir más dinero en el desarrollo del producto.

8

También demuestra la principal función del producto para ver si los clientes cambiarían la forma de hacer las cosas a la hora de adoptar tu producto.

Ejemplo

Para las personas que trabajan en la Ciudad de México y viven en el Estado de México nuestra empresa es la marca de transporte privado que ofrece un traslado común y puntual a través de camionetas con asientos amplios para 12 pasajeros que salen de distintos puntos del Estado de México una hora previa a la hora pico de tránsito.

Desarrollo del prototipo

Construye un poco y prueba antes de construir el producto final.



Actividad

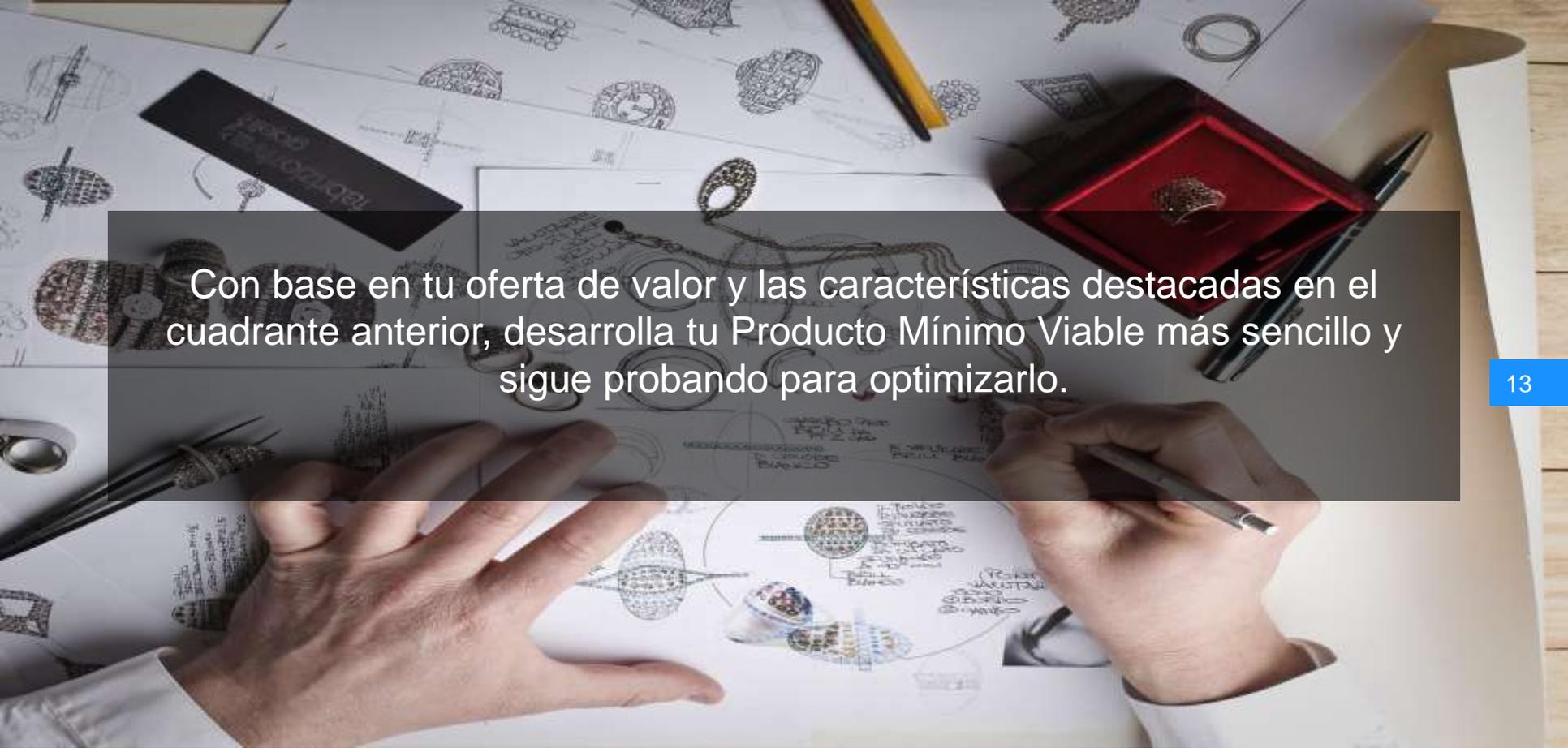
Haz una lista de todas las potenciales características que te gustaría incluir.



Actividad

1. Haz un cuadrante en donde el eje “x” establezca **fácil de implementar**, y el eje “y” **importante para el cliente**.
2. Coloca las características dentro del cuadrante
3. Elige de 3 a 5 características que se encuentren en la parte **superior derecha**.





Con base en tu oferta de valor y las características destacadas en el cuadrante anterior, desarrolla tu Producto Mínimo Viable más sencillo y sigue probando para optimizarlo.

Resumen sobre desarrollo de producto



Boceta – Comienza con un boceto sobre el producto que deseas ofrecer y obtén retroalimentación del boceto.



Producto Mínimo Viable – Haz un primer producto mínimo viable donde se destaque cómo se resolverá el problema.



Prototipa

Toma unos minutos para responder

¿Cuál es la funcionalidad principal de tu producto / servicio?

¿Qué está solicitando a sus clientes que hagan diferente?

¿Qué aspectos de esta oferta ya están probados?

¿Cómo va a probar el nuevo componente?

15

Recomendaciones

Haz un prototipo real, por ejemplo si fueses a vender galletas haz un pequeño lote e intenta venderlas en un festival local o una panadería local. Es importante obtener retroalimentación de los clientes o de los propietarios del local.

Crear un producto mínimo viable ayuda a alinear equipos cofundador.

Para concretar un producto y exponerlo a los clientes objetivo, podemos comenzar por un prototipo. Este puede ser un dibujo de un producto, un flujo de trabajo de un servicio o algunas maquetas de un app.

Formas de alcanzar a tus clientes

- Anuncios por email
- Marketing de eventos
- Referencias de boca en boca
- Anuncios en transporte público
- Anuncios en televisión
- Anuncios por radio
- Anuncios en redes sociales

Solo debes elegir los canales que retribuyan más al esfuerzo que realizarás con ellos.



Estrategia

Boca a boca

Redes Sociales y venta masiva

Venta directa y asociaciones

Etapa

Funciona a mediano plazo pues depende de atender a una cierta cantidad de clientes.

Puede ayudar en el lanzamiento del producto o servicio pero no debe ser el único canal para atraer clientes.

Dependiendo de la naturaleza de tu producto, puedes introducirlo en el lanzamiento.

Esfuerzo

Consiste en satisfacer las necesidades de clientes.

Dedicar tiempo a producir mensajes atractivos para tus clientes y generar presencia en estos canales.

Mayor esfuerzo para generar una conexión con el cliente y poder fidelizarlo es necesario tener argumentos sólidos para lograr alianzas.

Inversión

Ofrecer una buen servicio o producto.

Generar materiales gráficos o audiovisuales. Usar los servicio de anuncios pagados.

Requieren mayor inversión de tiempo, pues se necesita mayor interacción con los clientes.

Elevator Pitch

Es una breve presentación persuasiva que busca brindar información clave para que otras personas conozcan tu producto o servicio y lo compren.

Características de un Elevator Pitch

Debe de mantener la atención de las personas.

No debe contener detalles técnicos del producto.

Debería poder hacerlo en el tiempo que le toma a un elevador llegar a su piso destino.

Debería cubrir cuatro elementos clave: misión, propuesta de valor, atracción y pregunta.

Aspectos importantes

Misión:

- ¿Por qué lo hace?
La gente no compra lo que haces, sino por qué lo haces.

Propuesta de Valor:

- ¿Cómo lo haces?
Esta será tu estrategia que te permitirá alcanzar tus objetivos.

Atracción:

- ¿Qué haces?
Cifras de los resultados que tienes, métricas que prueben la viabilidad de tu oferta.

Pregunta:

- Invitación para invertir, comprar o ser parte del emprendimiento.

Conclusiones

- En la medida que pongas a prueba tu producto, conocerás las necesidades del cliente, validarás las hipótesis y ofrecerás un mejor producto o servicio.
- Antes de realizar un gran inversión, comprueba que existe un mercado para tu producto, elabora un Producto Mínimo Viable que te ayude a comprobarlo.

Gracias

AYÚDANOS A MEJORAR

Contesta la encuesta a través de la siguiente liga

<https://forms.gle/9RqVST3JzMp14tmK9>



Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	2	3	4	5

1.-El curso en general cumplió con tus expectativas

2.-El temario cumplió con el objetivo

3.-Consideras que el taller te sirvió para las actividades de tu negocio o idea de negocio

4.- Califica el desempeño de tu instructor

5.-La plataforma de videoconferencia sobre la cuál tomaste el taller te fue de fácil uso

6.- ¿Te gustaría que siguiéramos trabajando en más talleres para seguir actualizándote y qué temas serían de tu interés?

7.- Comentarios adicionales

TALLERES

**PARTICIPA DEL 1 AL 5 DE JULIO
EN LA SEMANA DIGITAL PYME.**



Pláticas y talleres

Día y hora

Diseño de tu propuesta de valor.	Lunes 1 10:00-11:00hrs
Publicidad para tu negocio.	Lunes 1 18:00-19:00hrs
Desarrollo de un plan de operación para emprendimientos.	Martes 2 10:00-11:00hrs
Pon a prueba tu producto.	Martes 2 18:00-19:00hrs
Jóvenes emprendedores.	Miércoles 3 10:00-11:00hrs
Introducción de tu negocio a Internet.	Miércoles 3 18:00-19:00hrs
¿Cómo hacer una página web para tu negocio?	Jueves 4 10:00-11:00hrs
¿Cómo promocionar tu negocio en Internet?	Jueves 4 18:00-19:00hrs
Herramientas de comunicación y oficina para tu negocio.	Viernes 5 10:00-11:00hrs
Ventas en Internet.	Viernes 5 18:00-19:00hrs

PLÁTICAS



Alejandro Corona
Director de mercadotecnia
Aspel

Tema: Creatividad e innovación para PYMES



Oliver Lecerf
Gerente de Desarrollo de
Negocios Globales Panda
Hervé Lambert
Global Consumer
Operations Manager Panda
Tema: Ciberseguridad en las PYMES



Yadira Palma
Gerente de comunicación
Sección Amarilla

Tema: Acelerando el crecimiento y expansión para las PYMES



Miguel A. Olayo
Category Manager- Aruba
Networks

Tema: Cómo hacer crecer tu Negocio con tecnología