

# Emprendimiento disciplinado

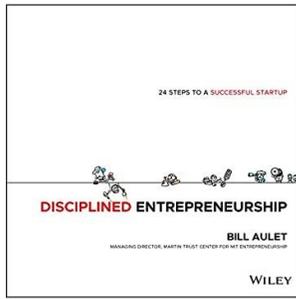


## ¿Quién es tu cliente?

1. Hipersegmentación de mercados
2. Escoger tu mercado estratégico (punta de lanza)
3. Construir un perfil del usuario final
4. Calcular el tamaño del TAM (estimación de demanda) del mercado estratégico
5. Definir la personalidad del consumidor en el mercado estratégico
9. Identifica los primeros 10 clientes

## ¿Qué puedes hacer por tu cliente?

6. Caso completo del uso del ciclo de vida del cliente
7. Especificaciones de alto nivel del producto o servicio
8. Cuantificar la propuesta de valor
9. Define tu diferenciador (estructura de negocio)
10. Mapea tu posición competitiva



# Emprendimiento disciplinado

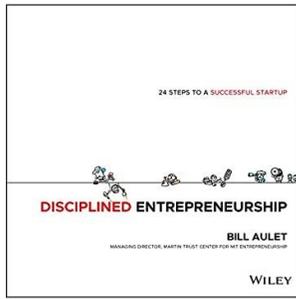


## ¿Cómo tu cliente adquiere tu producto?

12. Define la unidad tomadora de decisión del cliente
13. Mapea el proceso de adquisición de un cliente pagador
18. Mapea el proceso de venta para adquirir un cliente

## ¿Cómo hacemos dinero con el producto?

15. Diseña el modelo de negocio
16. Define el estructura de precios
17. Calcular el valor del tiempo de vida (LTV) en un nuevo cliente
19. Calcular el costo de adquisición de un nuevo cliente (COCA)



# Emprendimiento disciplinado

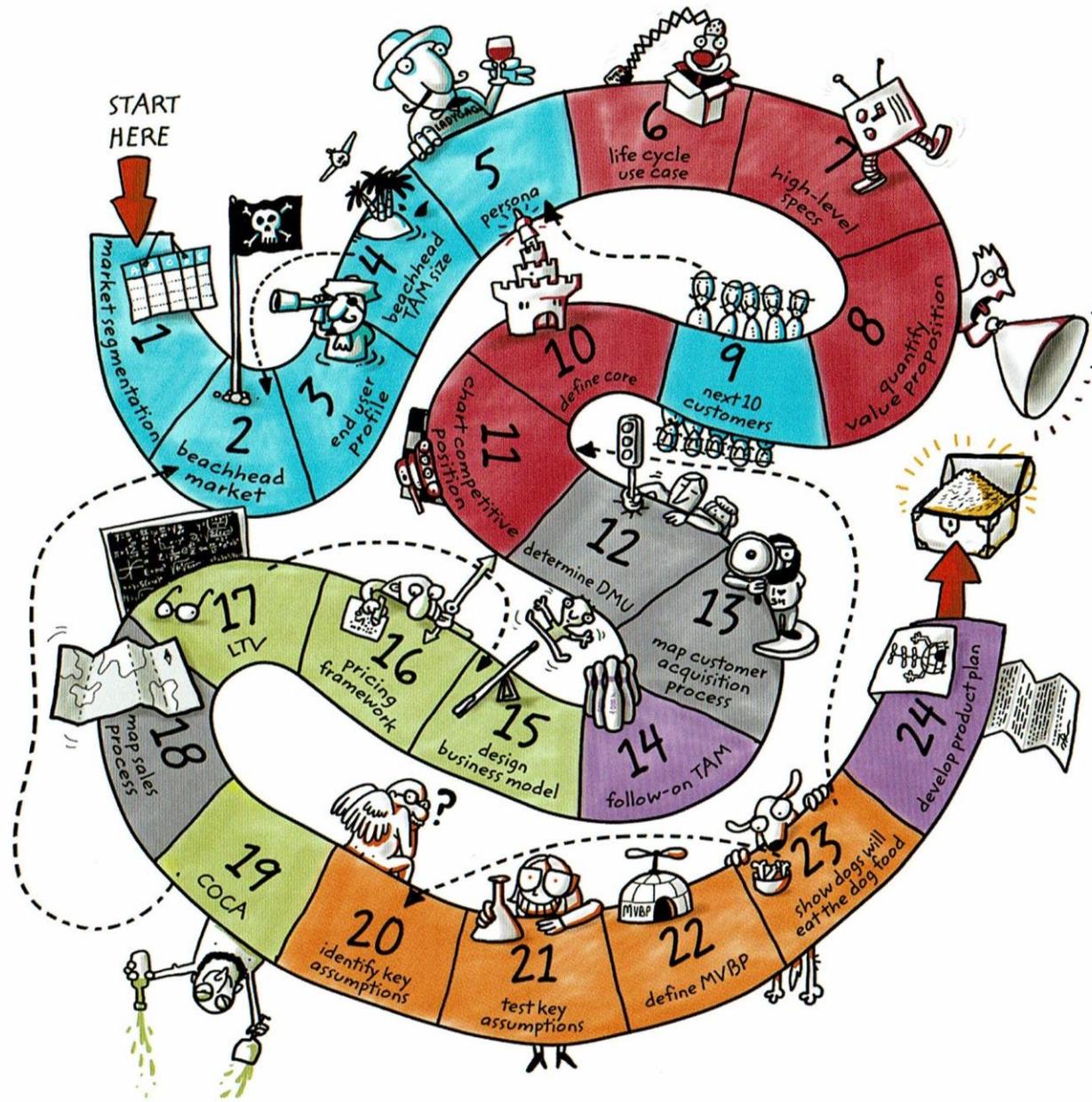
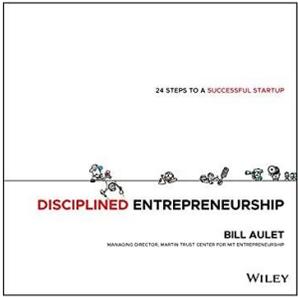


## ¿Cómo diseñamos y construimos el producto?

- 20. Define los supuestos claves de diseño
- 21. Prueba los principales supuestos claves de diseño
- 22. Definir el modelo mínimo viable de negocio y producto (MVBP)
- 23. Validar la tracción de ventas: “los perros comerán la comida de perros”

## ¿Cómo escalamos el negocio?

- 14. Calcular el tamaño del TAM (estimación de demanda) de los próximos mercados
- 24. Desarrollar un plan de negocio / producto



Bill Aulet. (2013). Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup. USA: Wiley.