

Índice

1. INTRODUCCIÓN	15
-----------------------	----

PRIMERA PARTE

EL EMPRENDEDOR DIGITAL: AMENAZAS, OPORTUNIDADES E IDEAS DE NEGOCIOS DIGITALES

2. EL EMPRENDEDOR DIGITAL: NUEVAS AMENAZAS Y OPORTUNIDADES..	21
3. ELIGE TU IDEA DE NEGOCIO DIGITAL	27
3.1. Modelos de negocios digitales	29
3.2. Investigando a la competencia.....	32
3.3. Fuentes de generación de ingresos	34

SEGUNDA PARTE

DISEÑO Y VALIDACIÓN DE TU MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

4. EL LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO (ALEX OSTERWALDER).....	45
5. EL MODELO ABC (JONATHAN P. ALLEN)	59
5.1. Crea un prototipo para testar tu idea de negocio.....	66
5.2. Desarrolla una estrategia de contenidos para tu negocio.	70
5.3. Cuida la experiencia de tus usuarios	71
5.4. Conoce cómo se comportan tus clientes: la analítica web	72

5.5. Establece los objetivos de tu negocio y sigue su evolución	75
5.6. Testa la usabilidad de tu web y la experiencia del cliente	79
5.7. Utiliza técnicas de marketing digital para adquirir clientes	83
5.8. Aprende de los datos de tus clientes y de los resultados de tus experimentos y pivota	92
6. EL MODELO DE DESARROLLO DE CLIENTES (STEVE BLANK)	95
6.1. El descubrimiento de clientes	96
6.2. Validación de clientes	104
6.3. Creación de clientes	111
6.4. Creación de la empresa	112
7. LA METODOLOGÍA LEAN STARTUP (ERIC RICES)	113
7.1. Los principios fundamentales de la metodología Lean Startup	114
7.2. Las tres fases del método Lean Startup: crea, mide, aprende	115
8. LEAN CANVAS (ASH MAURYA)	125
8.1. Captura las hipótesis de tu modelo de negocio	126
8.2. Testa sistemáticamente tu plan	133
8.3. Pivota hasta que el producto se ajuste al mercado y optimiza después	134
8.4. Construye un bucle de aprendizaje validado	135
8.5. Comienza a vender	136
8.6. Mide el ciclo de vida de tu usuario: crea tu cuadro de mando	137
8.7. Lanza tu producto al mercado	142
8.8. Ajusta tu producto al mercado antes de escalar tu negocio	142
9. METODOLOGÍA DE LOS 24 PASOS (BILL AULET)	145
BIBLIOGRAFÍA	179

Índice de ilustraciones

Ilustración 1.1. Fases en la creación de un negocio digital.....	17
Ilustración 2.1. Nuevas oportunidades y amenazas en el entorno digital.....	26
Ilustración 3.1. Factores que influyen sobre la efectividad del proceso de creativo.....	28
Ilustración 3.2. Modelos de negocio más populares en el mundo digital.....	31
Ilustración 3.3. Modelos de negocio y fuentes de ingresos más probables.....	34
Ilustración 4.1. Lienzo de modelo de negocio.....	47
Ilustración 5.1. Ratio medio de <i>click-through</i> de las búsquedas orgánicas de Google según posición del resultado de la búsqueda.....	60
Ilustración 5.2. Lienzo de diseño de negocio digital según el modelo ABC.....	64
Ilustración 5.3. Opciones para crear una presencia <i>online</i> en Internet.....	68
Ilustración 5.4. Algunos indicadores relevantes de la analítica web.....	73
Ilustración 5.5. Información de AW en las distintas fases del proceso ABC.....	75

Ilustración 5.6. Proceso de diseño de un modelo de negocio digital y su validación.....	78
Ilustración 6.1. El modelo de desarrollo de clientes	95
Ilustración 6.2. Características de los primeros evangelistas...	98
Ilustración 6.3. Desarrollo del PMV para web/móvil	101
Ilustración 6.4. Descubrimiento de clientes. Descripción del proceso.....	103
Ilustración 6.5. Embudo de captación de clientes	106
Ilustración 6.6. Las fases del proceso de validación de clientes...	109
Ilustración 7.1. El método Lean Startup.....	115
Ilustración 7.2. Tipología de pivotes	123
Ilustración 8.1. Modelo Lean Canvas	126
Ilustración 8.2. Etapas para la validación de tu negocio.....	134
Ilustración 8.3. Bucle de aprendizaje validado	135
Ilustración 8.4. Las métricas piratas de Dave McClure	138
Ilustración 8.5. Ejemplo de análisis de cohortes. Embudo de conversión de clientes durante un período de tres semanas..	141
Ilustración 8.6. Ejemplo de análisis de cohortes. <i>Funnel</i> de Adquisición durante un período de tres semanas	141
Ilustración 8.7. Ejemplo de evolución de la retención de clientes. Análisis para las cohortes semanales del mes de junio..	144
Ilustración 9.1. Diferencias entre emprendimiento convencional y emprendimiento basado en la innovación.....	145
Ilustración 9.2. Los 24 pasos del emprendedor disciplinado..	147
Ilustración 9.3. Criterios para seleccionar los segmentos más prometedores.....	148
Ilustración 9.4. Ejemplo de <i>buyer persona</i>	153
Ilustración 9.5. Pasos para representar un mapa de posición competitiva.....	158
Ilustración 9.6. Mapa de posición competitiva en el mercado del automóvil	158

Ilustración 9.7. Tipologías de clientes de Moore	166
Ilustración 9.8. Campana de difusión de las innovaciones de Rogers	166
Ilustración 9.9. Evolución temporal del LTV y del CAC.....	172
Ilustración 9.10. Las tres condiciones necesarias para disponer de un PMVN	175