



Cámaras
Andalucía

Cámara
de Comercio de España

Fondo Europeo de Desarrollo Regional - FEDER
Una manera de hacer Europa

InnoCámaras

**STARTUP
ANDALUCÍA
ROADSHOW**

Growth Hacking y Lean Marketing

Herramientas de crecimiento comercial

A hiker with a backpack is seen from behind, looking out over a vast mountain range under a blue sky with scattered clouds. The hiker is wearing a dark backpack, a pink shirt, and dark shorts. The landscape is a mix of green valleys and brown, rocky mountain peaks.

¿QUÉ ME PUEDO LLEVAR HOY DE ESTA SESIÓN?

3 ideas que quiero os metáis en vuestra mochila



#ActitudDigital

A close-up photograph of a sunflower with bright yellow petals and a dark brown center, set against a clear blue sky. The sunflower is the central focus, with its stem and leaves visible. The overall mood is bright and positive.

Metodología ágil basada en datos



Tecnología que
facilita y automatiza

5 herramientas imprescindibles para acelerar vuestros negocios digitales

#1

BUSINESS CANVAS MODEL

Proyecto: Versión/Fecha:

Partners Clave <p>¿Qué pueden hacer los partners mejor que tu o con un coste menor y, por tanto enriquecer tu modelo de negocio?</p>	Actividades Clave <p>¿Qué actividades clave hay que desarrollar en su modelo de negocio de que manera las llevas a cabo?</p>	Propuesta de Valor <p>¿Qué problema solucionamos? ¿Qué necesidad satisfacemos? ¿Qué beneficios aporta?</p>	Relación con los Clientes <p>¿Qué tipo de relaciones esperan tus clientes que establezcas y mantengas con ellos?</p>	Segmento de Clientes <p>¿A quién nos dirigimos? ¿Qué segmentos consideramos? ¿Cuales son prioritarios?</p>
	Recursos Clave <p>¿Qué recursos clave requiere tu modelo de negocio?</p>		Canales <p>¿A través de qué canales/medios contactarás y atenderás a tus clientes?</p>	
Estructura de Costes <p>¿Cuál es la estructura de costes de tu modelo de negocio?</p>		Flujos de Ingresos <p>¿Qué valor están dispuestos a pagar tus clientes por tu solución y mediante qué formas de pago? ¿Qué márgenes obtengo?</p>		

Este Canvas está adaptado de The Business Model Canvas con una licencia Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported Licence.

#1

BUSINESS CANVAS MODEL



UN PROYECTO DE AYUDA A LOS MONASTERIOS

En España viven 1/3 de los monjes del mundo en cerca de 800 monasterios. Los monasterios deben ser autosuficientes: no reciben ayudas de forma sistemática.

Cuentan con gastos fijos elevados por el pago de seguridad social como autónomos, y los suministros, y con gastos extraordinarios cuantiosos porque custodian edificios muy antiguos.

Más del 70% de los monasterios son considerados Bienes de Interés Cultural (BIC). Los cerca de 9.432 monjes españoles viven de la venta de sus productos artesanos y de donaciones puntuales.

FUNDACIÓN CONTEMPLARE
fundacioncontemplare.org

#1

BUSINESS CANVAS MODEL

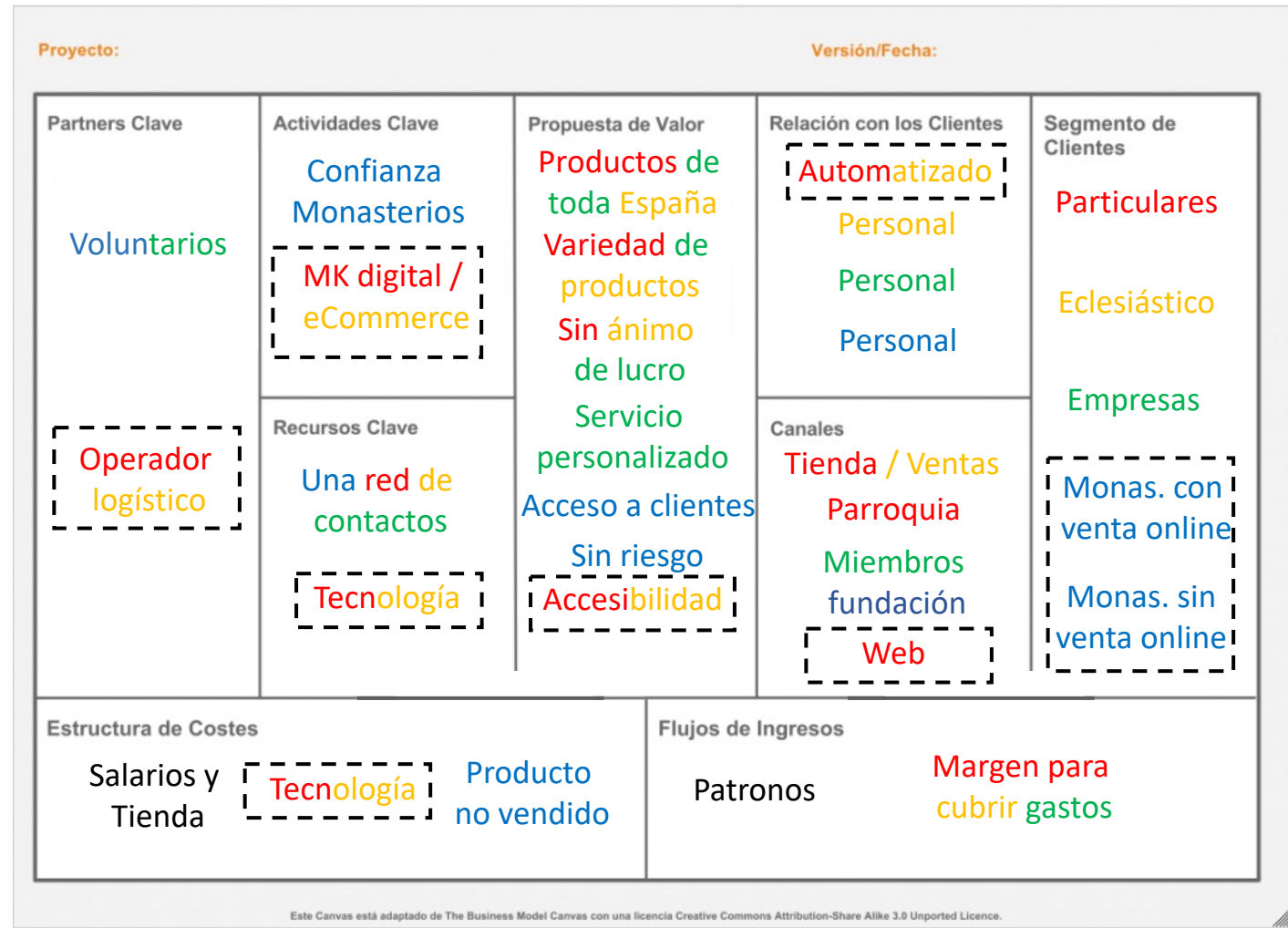


Proyecto:		Versión/Fecha:		
Partners Clave Voluntarios	Actividades Clave Confianza Monasterios	Propuesta de Valor Productos de toda España Variedad de productos Sin ánimo de lucro Servicio personalizado Acceso a clientes Sin riesgo	Relación con los Clientes Personal Personal Personal Personal Canales Tienda / Ventas Parroquia Miembros fundación	Segmento de Clientes Particulares Eclesiástico Empresas Monasterios
Estructura de Costes Salarios y Tienda		Flujos de Ingresos Patronos	Producto no vendido Margen para cubrir gastos	

Este Canvas está adaptado de The Business Model Canvas con una licencia Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported Licence.

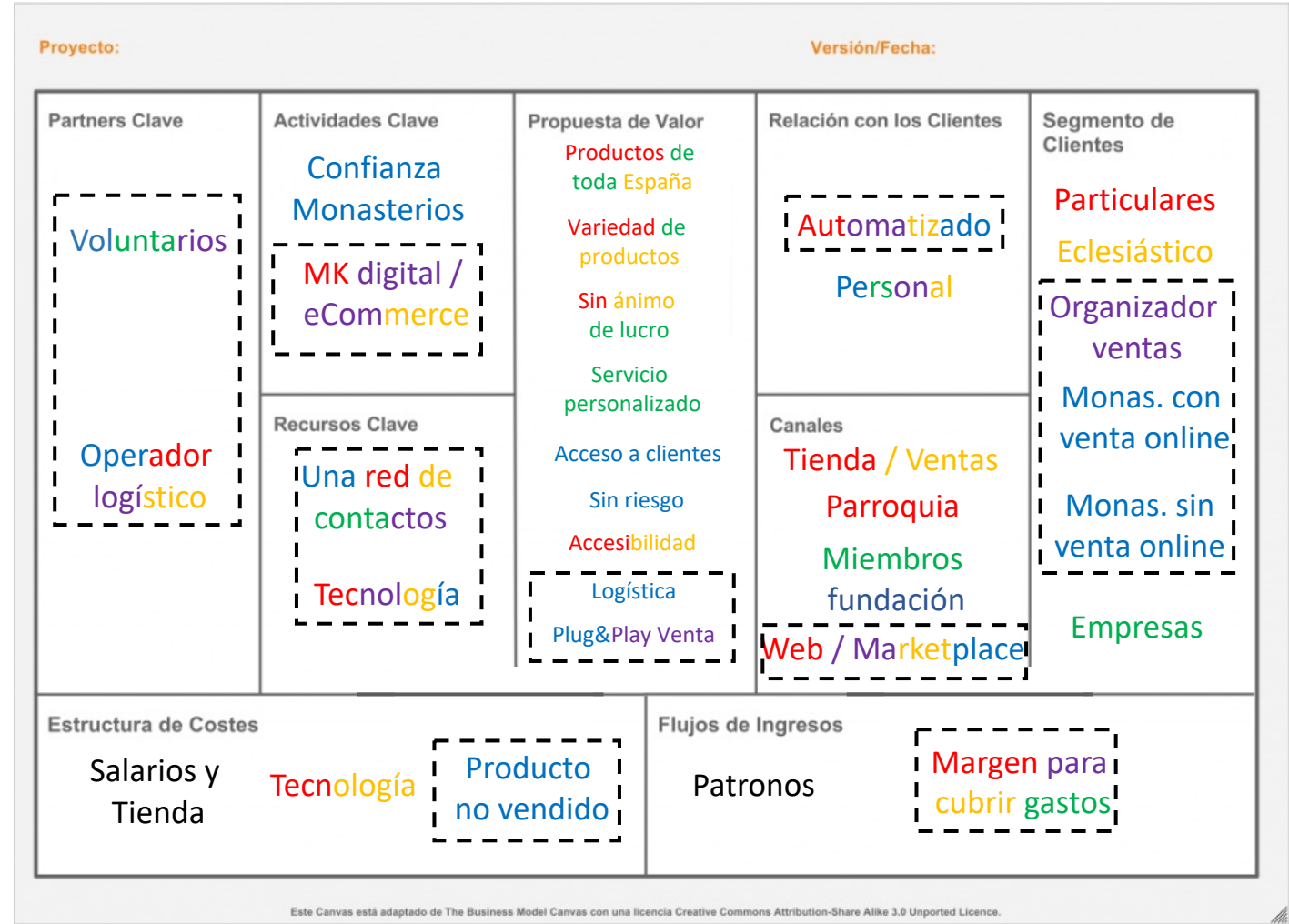
#1

BUSINESS CANVAS MODEL



#1

BUSINESS CANVAS MODEL



#2

KPIs

- **CLTV: CUSTOMER LIFETIME VALUE.** Es la cantidad de dinero que espera recibir la empresa por parte de un usuario, durante todo el tiempo en que este siga siendo su cliente.
 - En modelos de negocio con ventas lineales de productos o servicios, podría calcularse como “ticket medio X repetición de compra” en un periodo determinado.
 - En modelos de negocio con ingresos por suscripción: ARPU x lifetime
- **ARPU: AVERAGE REVENUE PER USER.** Ingresos medios por cliente en un período de tiempo de referencia (mes o año).
- **CAC:** Coste medio de adquisición de un cliente. Se calcula a partir del total de la inversión realizada entre el número de clientes.
- **CAC PAYBACK:** Es el plazo de tiempo desde que tu inviertes en marketing para captar un cliente hasta que lo recuperas en ingresos.
- **CHURN RATE:** Porcentaje de clientes que se dan de baja en un período de tiempo.

#2

KPIs

- **¿CUÁNTO CUESTA CAPTAR UN CLIENTE?: CAC**
- **¿CUÁNTO GANAMOS CON CADA CLIENTE?: CLTV-CAC**
- **¿CUÁL ES EL RETORNO DE LA INVERSIÓN?: CLTV/CAC**
- **¿QUÉ TIEMPO TARDAMOS EN RECUPERAR LA INVERSIÓN?: CAC PAYBACK**
- **¿CUÁNTOS CLIENTES PERDEMOS?: CHURN RATE**

#3

Tipologías de cliente Ideal. (Buyer Persona)

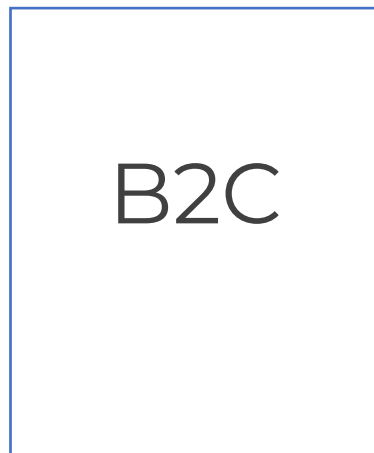
SEGMENTOS vs BUYER PERSONA

- VARIABLES DE SEGMENTACIÓN:
 - Geográficas: País, región, código postal...
 - Demográficas: Edad, género, ingresos...
 - Psicográficas: Personalidad, estilo de vida, intereses...
 - Actitudinales: comportamientos, ánimo...
 - Firmográficas: Tipo de empresa, sector...
- BUYER PERSONA: Es un arquetipo de cliente ideal

#3

Tipologías de cliente Ideal. (Buyer Persona)

Empresa de formación Inglés.



CAMBIO DE TRABAJO

PÉRDIDA DE EMPLEO

RECIÉN LICENCIADO

PADRES Y MADRES



RESPONSABLE RRHH EMPRESA

RESPONSABLE COLEGIO
CONCERTADO/PRIVADO

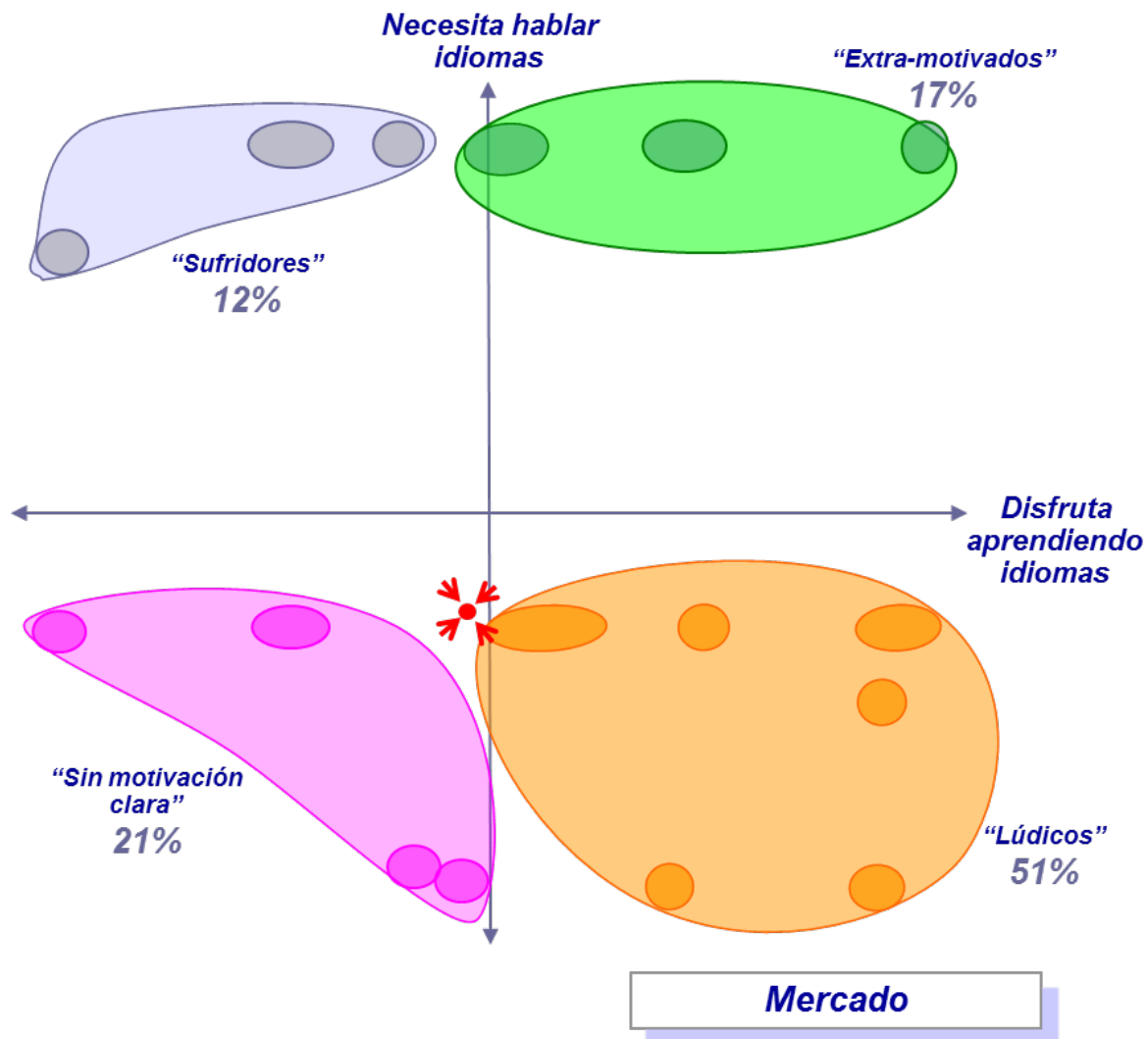
RESPONSABLE INSTITUCIÓN PÚBLICA



#3

Tipologías de cliente Ideal. (Buyer Persona)

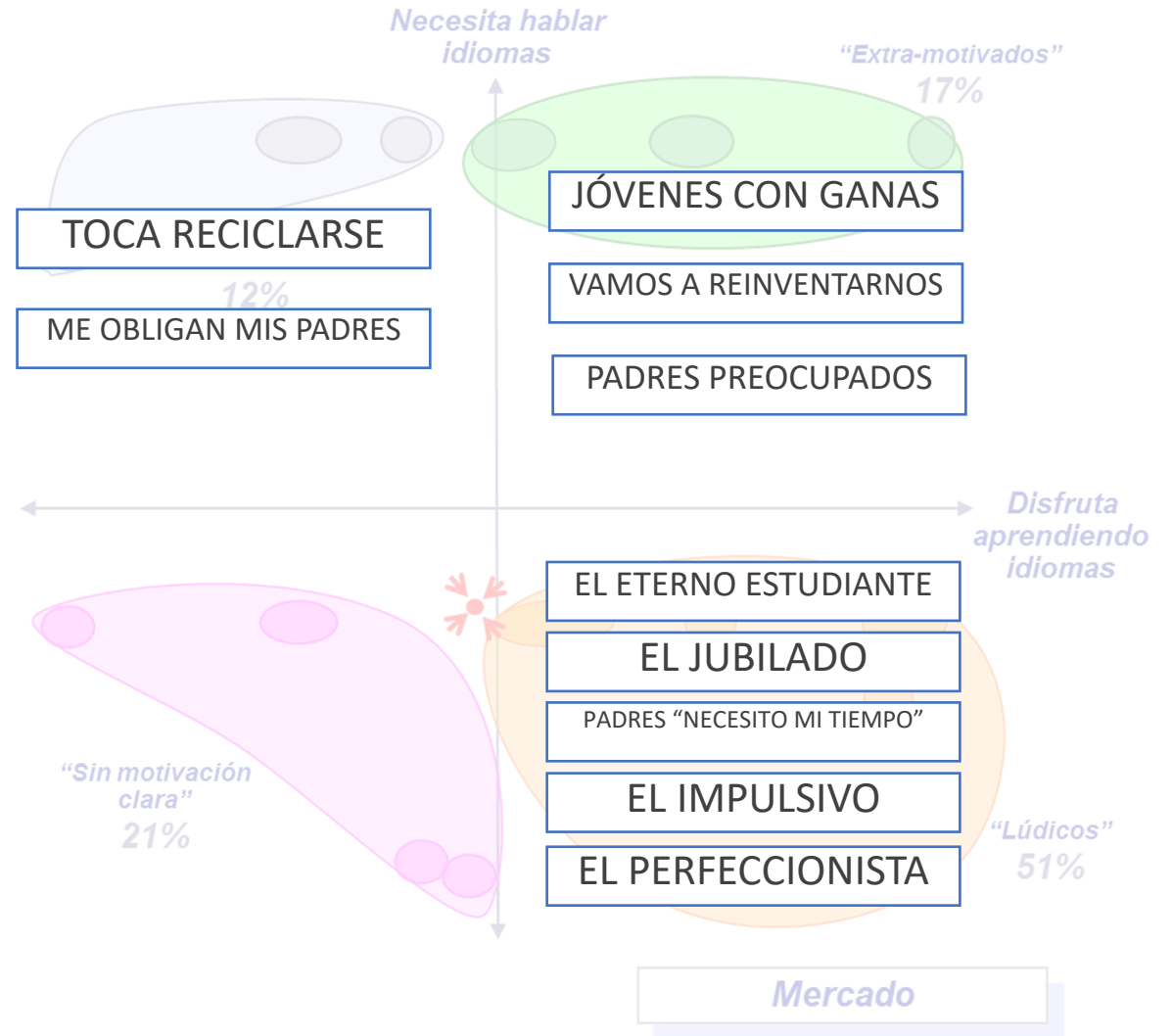
Empresa de formación Inglés.



#3

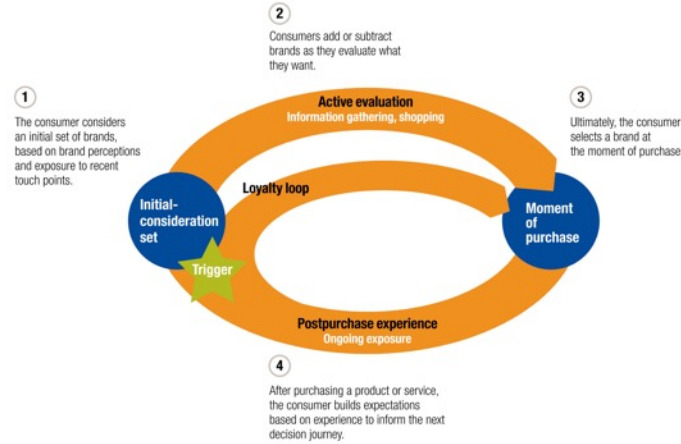
Tipologías de cliente Ideal. (Buyer Persona)

Empresa de formación Inglés.



#4

Customer journey



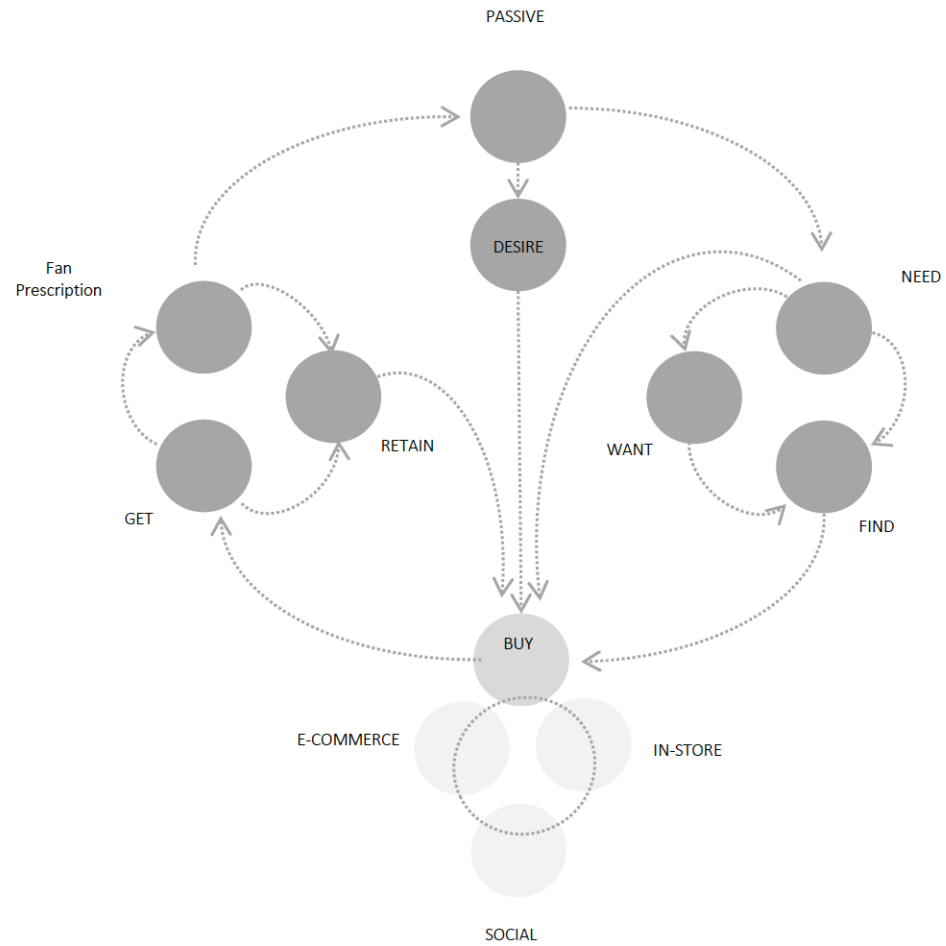
CUSTOMER JOURNEY MCKENZIE



ZERO MOMENT OF TRUTH GOOGLE

#4

Customer journey



REALIDAD ACTUAL MUY COMPLEJA

#5

Funnel



BY HUBSPOT



BY WARD VAN GASTEREN

#5

Funnel

ATRAER

- CON LA INFORMACIÓN DE LOS ACTUALES
 - ¿Qué tipología nos interesa más? CLTV más rentable, menor CAC..., mayor rentabilidad.
 - ¿Qué atributos son más interesantes? Segmentación
 - Fuentes de captación: Google, Facebook...
 - Atributos de usuario: ciudad, sexo, dispositivo...
 - Atributos de pedidos: medio de pago, tipo de producto...
- ANALIZANDO A LA COMPETENCIA
 - Similarweb / similartech
 - Builwith...
- AUTOMATIZANDO Y CREANDO PROCESOS

#5

Funnel

ATRAER

Google ain't

Todo Vídeos Imágenes Noticias Libros Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 186.000.000 resultados (0,33 segundos)

ain t

Definiciones en la Web

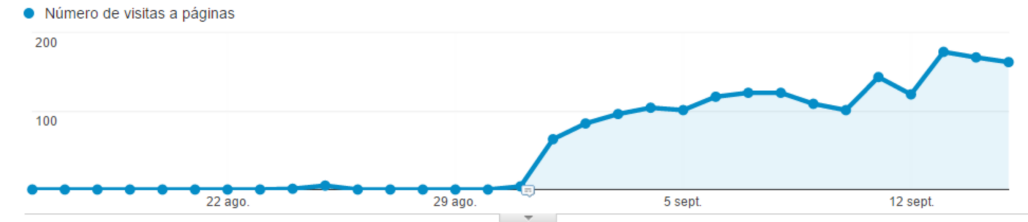
Contracción de, según el contexto, am not, are not, have not o is not.
<http://www.lahoradelblues.com/diccionario/blues.htm>

Danos tu opinión

¿Qué demonios es eso de "ain't"? | Vaughan
<https://grupovaughan.com/a/que-demonios-es-eso-de-ain/>
Podemos decir que nuestro querido/odiado ain't (pronunciado /éimni/ o /éinttu/) es una palabra comodín, porque equivale a estas tres formas del verbo to be en ...

ain't - English-Spanish Dictionary - WordReference.com
www.wordreference.com > English-Spanish Dictionary > ain't
ain't - Translation to Spanish, pronunciation, and forum discussions.

Jennifer Lopez - Ain't Your Mama - YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=PgmX7z49OEk>
6 may. 2016 - Subido por JenniferLopezVEVO
Ain't Your Mama available on: iTunes: <http://smarturl.it/AinYourMama> Spotify: <http://smarturl.it> ...



#5

Funnel

ACTIVAR

Booking.com

COMPLETAR UNA RESERVA

Vinted

UNA TRANSACCIÓN DE COMPRA VENTA

coursera

TERMINAR UN CURSO

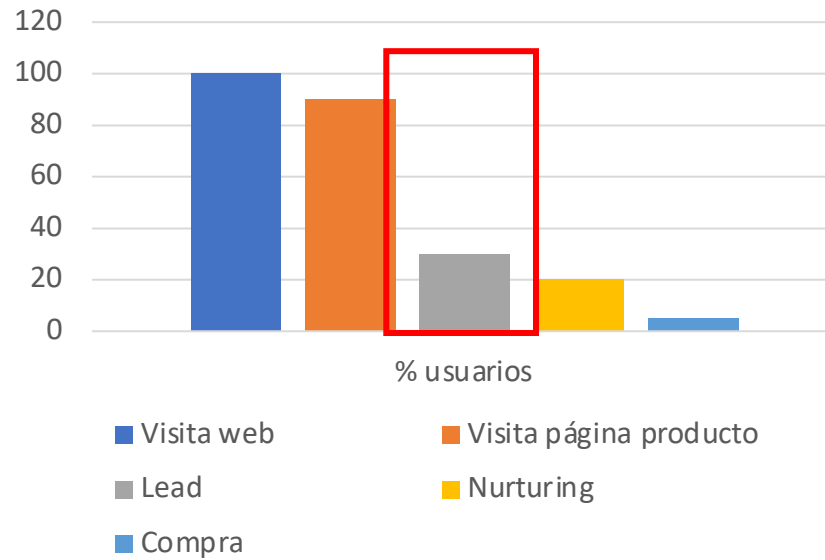
#5

PROCESO DE ONBOARDING

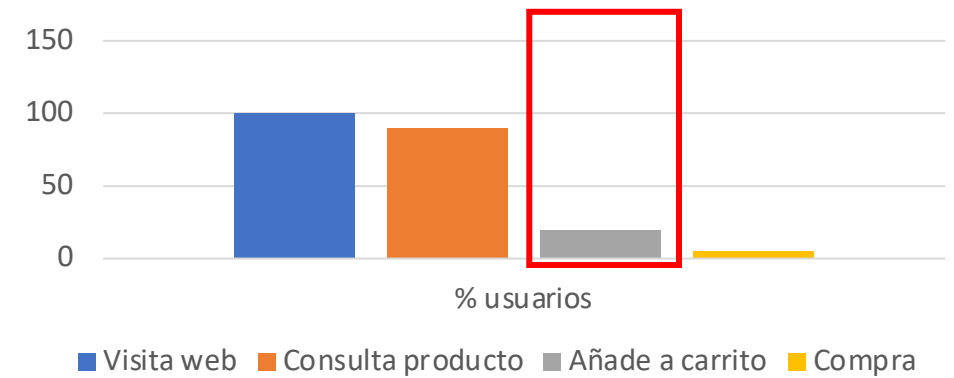
Funnel

ACTIVAR

empresa formación



ecommerce



#5

Funnel

ACTIVAR

Empresa de formación Inglés.

¿QUÉ PROBLEMA QUEREMOS RESOLVER?

Evitar que el usuario mobile tenga que hacer scroll, navegando por toda la página, para llegar a la información relevante del curso.

MÉTRICA PRINCIPAL

Clic en "Recibir Info" del formulario de Lead y "Envíos satisfactorios del formulario"

ALCANCE
Fichas de cursos (todas)

VERSIONES A TESTAR

ORIGINAL



Alternativa A



Alternativa B



Alternativa C



Alternativa D



HIPÓTESIS

Al facilitar al usuario la lectura de información relevante a la hora de contratar un curso de inglés, se conseguirá aumentar el interés por el mismo, incrementándose por tanto los leads generados.

TARGETING

100% de usuarios mobile visualización responsive

DURACIÓN ESTIMADA

Mínimo de dos semanas

PRÓXIMOS PASOS

- Aprobación de la conceptualización de la AO (**Vaughan**)
- Generación de creatividades para las alternativas (**Divisadero**)
- Configuración técnica de la AO con Optimizely (**Divisadero**)
- Activación de la AO (**Divisadero**)

Optimizely, VMO, Google Optimize...

#5

Funnel

ACTIVAR

Empresa de
formación
Inglés.

La alternativa C
ha conseguido

35,1%
más leads

y es un

9,8%
más usable

que la original



#5

Funnel

ACTIVAR

Ustertesting.com

userzoom.com

hotjar.com

...

...

#5

Funnel

RETENER

INCREMENTO LA RETENCIÓN

MEJORO LA RECOMENDACIÓN

MEJORO CLTV

RATIO DE VIRALIDAD MÁS ALTO

POR TIEMPO

POR TICKET O ARPU

BAJO EL CAC,
PUEDO CAPTAR
MÁS Y MEJOR

BAJO EL PAYBACK,
MENOS RIESGO

#5

Funnel

RETENER

El **análisis de cohortes** es un tipo de informe, que fracciona a los clientes según un cierto criterio y muestra el comportamiento de compra del grupo a lo largo del tiempo: con qué frecuencia compran, cuánto gastan, durante cuánto tiempo permanecen los clientes, etc...

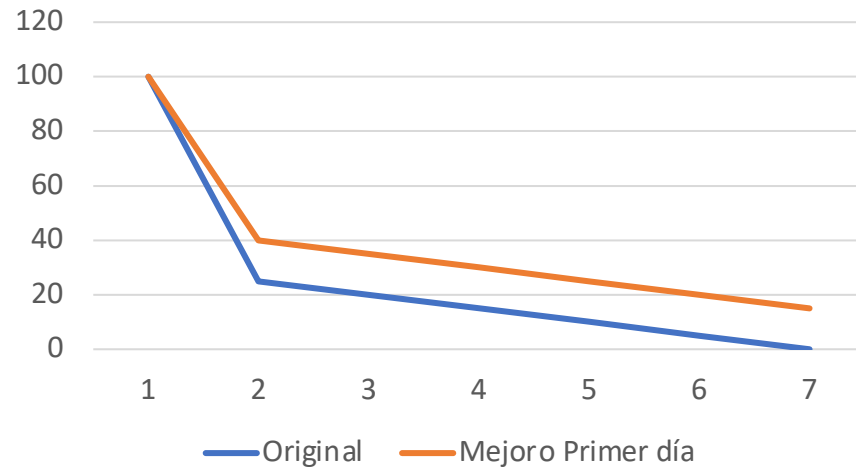
	Día 0	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7
Todos los usuarios 1.484 usuarios	100,00 %	4,29 %	2,14 %	1,17 %	1,40 %	0,43 %	0,80 %	0,00 %
17 nov 2020 247 usuarios	100,00 %	4,05 %	2,43 %	1,21 %	1,21 %	0,00 %	1,62 %	0,00 %
18 nov 2020 234 usuarios	100,00 %	4,72 %	2,36 %	1,97 %	1,97 %	1,18 %	0,00 %	
19 nov 2020 202 usuarios	100,00 %	5,94 %	1,98 %	1,49 %	2,48 %	0,00 %		
20 nov 2020 228 usuarios	100,00 %	3,95 %	1,32 %	0,88 %	0,00 %			
21 nov 2020 180 usuarios	100,00 %	8,33 %	4,44 %	0,00 %				
22 nov 2020 148 usuarios	100,00 %	2,70 %	0,00 %					
23 nov 2020 185 usuarios	100,00 %	0,00 %						



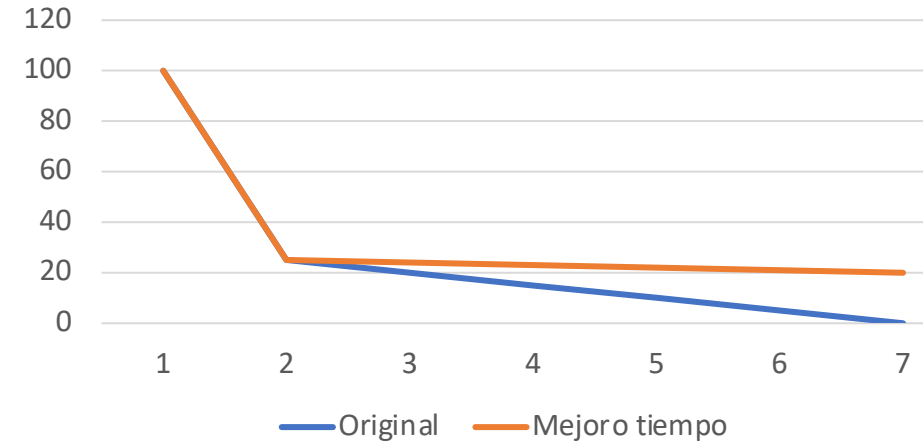
#5

Funnel

RETENER



ONBOARDING



FUNCIONALIDAD
HOOKS
PRODUCTO
RECUPERACIÓN BBDD

#5

Funnel

RETENER



Overview

Flywheel segments (0 total users in the last 7 days) [Learn More](#)

Evaluators
Define
to start tracking
0 flows

Beginners
Define
to start tracking
0 flows

Regulars
Define
to start tracking
0 flows

Champions
Define
to start tracking
0 flows

Your content

Flows
0
Live flows on your site

Checklists
Create one
No checklists yet

Last 7 days | Last 30 days | All time

Motivate users with Checklists
Onboarding checklists help users tasks and stay motivated.
50%
 Get to know the Appcues p
 Build a flow
 Discover flow-targeting
 Install to publish flows!

Contacts

WELCOME TO FROGED!
Improve customer onboarding, engagement, retention and support - plus, prevent churn!
Let's Go!

NPS Score
100
PROMOTER
PASSIVE
DETRACTOR

Emily G.-Cebrián
CEO
Hi 🌟
Any doubts? We're here to answer any question you may have 🤗
Escribe una respuesta...

Capterra BEST VALUE
Capterra SHORTLIST
Capterra BEST BASE OF USE
Software Advice BEST CUSTOMER SUPPORT
Customers LOVE US SOURCEFORCE



#5

Funnel

RECOMENDAR

LAS CLAVES DE LA RECOMENDACIÓN

- FACTOR K
- CAMPAÑAS DE RECOMENDACIÓN
 - Landings
 - incentivos
 - Redes
 - metricas

#5

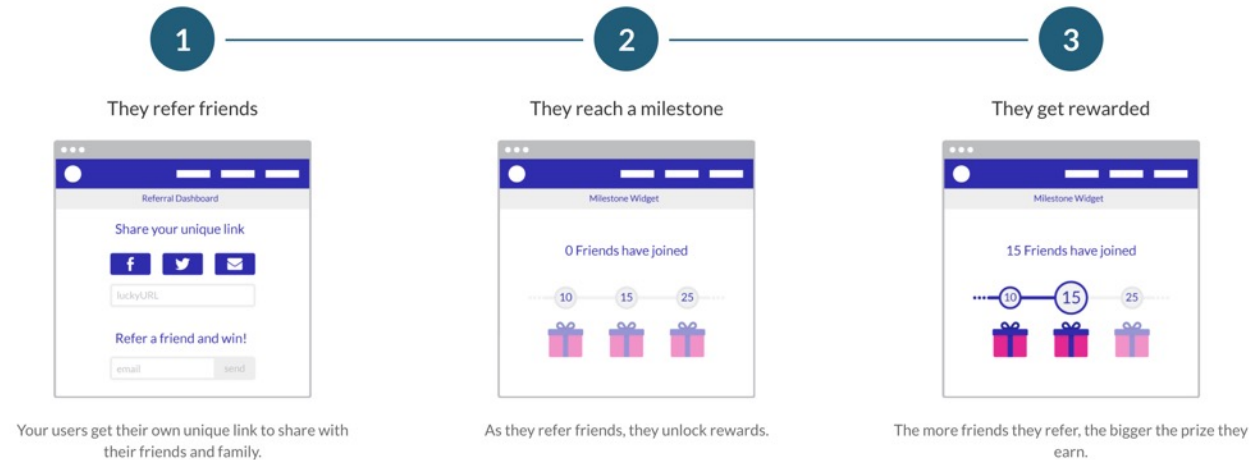
Funnel

RECOMENDAR

Referral marketing made easy for everyone.

A revolutionary template-based viral & referral marketing solution for modern marketers.

✓ REFERRALS ✓ PRELAUNCH ✓ NEWSLETTER GROWTH ✓ GIVEAWAYS



#5

Funnel

REVENUE

O vendo más de algo o vendo más a alguien
o un poco de todo al mismo tiempo.

Poner foco en los mejores clientes

#5

Funnel

REVENUE

Los clientes que vieron este producto también vieron



Avantree Audition Pro 40
Horas Aptx Baja Latencia
Auriculares Inalambricos
para TV PC, Plegable...
★★★★☆ 3.885
69,99 €
✓prime Entrega GRATIS



Avantree HT4189 40
Horas Auriculares
Inalambricos TV con
Transmisor Bluetooth,...
★★★★☆ 3.466
99,99 €
✓prime Entrega GRATIS



Avantree Aria Pro aptX-
HD 24 Bits Hi-Fi
Auriculares Bluetooth
5.0 de Cancelación...
★★★★☆ 361
99,99 €
✓prime Entrega GRATIS



Avantree AS9M
Auriculares Bluetooth
con micrófono Brazo
Desmontable para...
★★★★☆ 27
59,99 €
✓prime Entrega GRATIS

#5

Funnel

REVENUE



100 vistas



75 vistas

25 vistas comunes

EL ÍNDICE DE JACCARD (IJ) O COEFICIENTE DE JACCARD (IJ) MIDE EL GRADO DE SIMILITUD ENTRE DOS CONJUNTOS, SEA CUAL SEA EL TIPO DE ELEMENTOS.

$$\mathcal{J}(A, B) = \frac{|A \cap B|}{|A \cup B|} \text{ ————— } \mathbf{14,28}$$

A hiker with a backpack is seen from behind, looking out over a vast mountain range under a blue sky with scattered clouds. The hiker is wearing a dark backpack, a light-colored shirt, and shorts. The landscape is a mix of green valleys and brown, rocky mountain peaks.

¿QUÉ ME PUEDO LLEVAR HOY DE ESTA SESIÓN?

3 ideas que quiero os metáis en vuestra mochila



#ActitudDigital

A close-up photograph of a sunflower with bright yellow petals and a dark brown center, set against a clear blue sky. The sunflower is the central focus, with its stem and leaves visible. The overall mood is bright and positive.

Metodología ágil basada en datos



Tecnología que
facilita y automatiza



Cámaras
Andalucía

Cámara
de Comercio de España

ANDALUCÍA ES DIGITAL

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

InnoCámaras



PREGUNTAS



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa



**STARTUP
ANDALUCÍA
ROADSHOW**

GRACIAS
maorbaneja@brandshift.es