



WORDCAMP GUAYAQUIL 2019

@wpguayaquil
#wcguayaquil #wcguayaquil2019

No vendas sitios web, Crea negocios online

Francisco Calderón

@fgcalderon
Guatemala



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19



WIX.com

weebly



shopify

Cada vez es más fácil
crear un sitio web



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19



¿Por qué debo de contratar a una agencia o freelance si yo puedo hacerlo?



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19



Debes convertirte en un
consultor de negocios online /
marketing digital



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

MODELO DE NEGOCIOS

Una representación abstracta de una organización, puede ser textual o gráfica, de todos los aspectos relacionados con la organización.

Una herramienta común para crear modelos de negocios es el
Business Model Canvas.



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

Socios clave

¿quiénes son nuestros socios clave?
¿quiénes son nuestros suministradores clave?
¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?
¿qué actividades clave realizan los socios?

motivaciones para socios:
operatividad y eficiencia
cobertura de riesgos y diversificación
aprovechamiento de recursos y actividades parásitas



8

Actividades clave

¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
¿nuestros canales de distribución?
¿nuestras relaciones con clientes?
¿nuestras fuentes de ingresos?

categorías:
producción
distribución de productos
logística, etc.



7

Propuestas de valor

¿qué valor entregamos al cliente?
¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarlo a resolver?
¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?
¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

características:
novedad
rendimiento
personalización
flexibilidad
precio
calidad
confiabilidad
seguridad
sostenibilidad



2

Relaciones con cliente

¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?
¿cuáles hemos establecido?
¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?
¿cuánto cuestan?

ejemplos:
relaciones de personal
relaciones de personal de nivel
relaciones de personal de nivel
relaciones de personal de nivel
relaciones de personal de nivel



4

Segmentos de cliente

¿para quién estamos creando valor?
¿quiénes son nuestros clientes más importantes?

ejemplos:
segmentos de clientes
segmentos de clientes
segmentos de clientes
segmentos de clientes



1

¿Cómo?

Recursos clave

¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes?
¿fuentes de ingresos?

tipos de recursos:

financios
tecnológicos (patentes de marcas, copyrights, etc.)
humanos
estructurales



6

¿Qué?

Canales

¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente?
¿cómo los contactamos ahora?
¿cómo están integrados nuestros canales?
¿cuáles funcionan mejor?
¿cuáles son más eficientes en costes?
¿cómo los integramos con los rutinas de cliente?

Tipos del canal:

1. Directo
2. Otros intermediarios (como una tienda física y servicios de nuestro segmento)
3. Intermediarios (como un agente de viajes, un proveedor de valor de nuestro segmento)
4. Compañía
5. Otros intermediarios (como un agente de viajes, un proveedor de valor de nuestro segmento)
6. Otros
7. Otros
8. Otros



3

¿Quién?

Estructura de costes

¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
¿qué recursos clave son los más caros?
¿qué actividades clave son las más caras?

en tu negocio más:

Modelo de costo (estructura de costes) más relevante para el modelo de negocio
Modelo de costo (estructura de costes) más relevante para el modelo de negocio

características de ejemplo:

costos fijos
costos variables
costos de inversión
costos de operación

9



Fuentes de ingresos

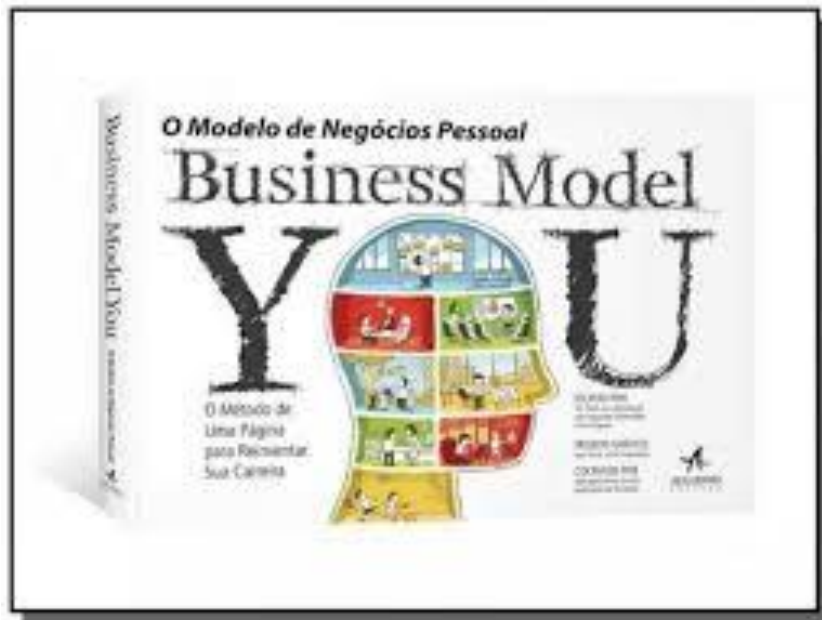
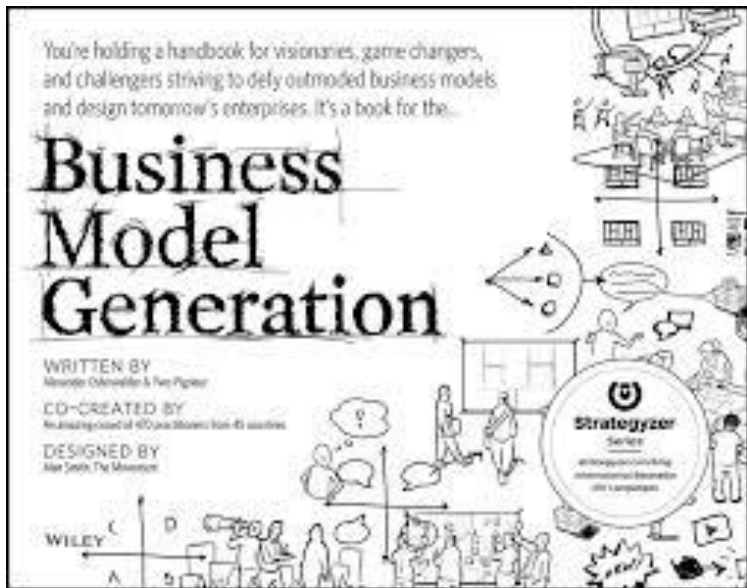
¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
¿para qué pagan actualmente?
¿cómo están pagando ahora?
¿cómo preferirían pagar?
¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

tipos:
precio fijo
precio dinámico

5



¿Cuánto?



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

MODELO DE NEGOCIOS

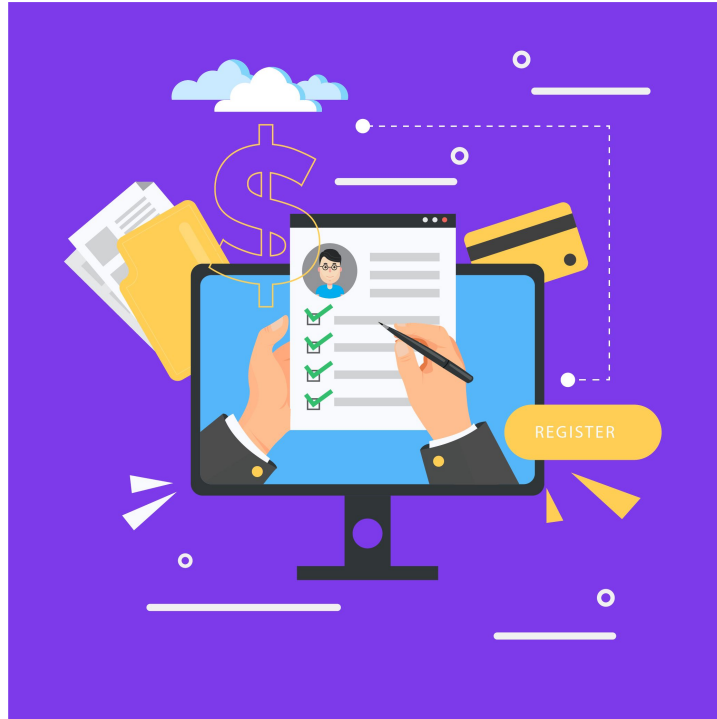
Una representación abstracta de una organización, puede ser textual o gráfica, de todos los aspectos relacionados con la organización.

Una herramienta común para crear modelos de negocios es el
Business Model Canvas.



**WORDCAMP
GUAYAQUIL 19**

MODELOS DE NEGOCIOS ONLINE



eCommerce (Productos físicos)

Herramienta: WooCommerce

Consideraciones:

Inventario

Entrega

Pasarela de Pago

Integración



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

eCommerce (Productos virtuales)

Herramienta: EasyDigitalDownloads

Consideraciones:

Tipo de contenido

Tiempo de publicación



easydigitaldownloads



**WORDCAMP
GUAYAQUIL 2019**

Suscripción

Herramienta: memberpress

Consideraciones:

Tipo de contenido

Tiempo



memberpress



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

Marketing de Afiliados

Herramienta: AffiliateWP

Consideraciones:

Porcentaje de comisión

Tipo de Formato: Lead o conversión



AffiliateWP



**WORDCAMP
GUAYAQUIL 19**

Dropshipping

Herramienta: woocommerce y Ezusy

Consideraciones:

Elegir un buen proveedor

Tener una nicho bien segmentado

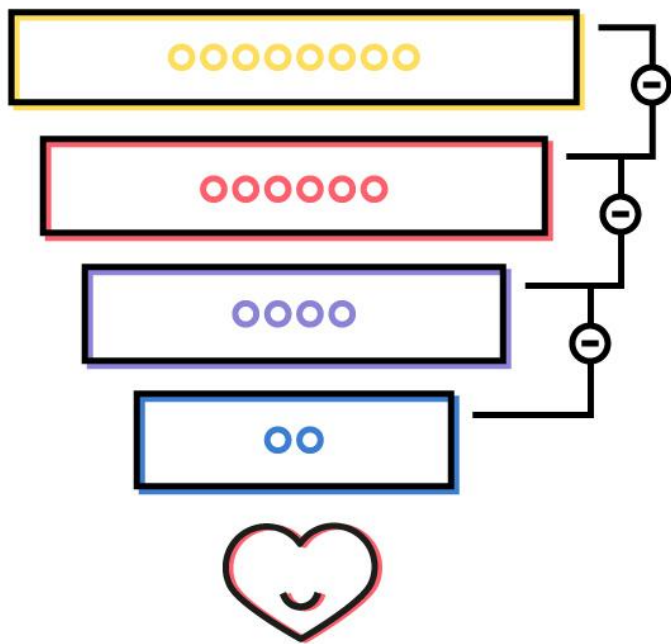


WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

2 Cosas Importantes que tienes que definir



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19



Embudo de Conversión



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19



Métricas y KPI's



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

¡Gracias!

¿Tienes preguntas?

@fgcalderon

fg@calderon.it

www.fg.calderon.it



WORDCAMP
GUAYAQUIL 19

Gracias a nuestros patrocinadores

ORO



PLATA



BRONCE

