PROPÓSITO:

Prueba paso a paso y saca conclusiones de la biblioteca de experimentos y mide el progreso.

MOTIVACIÓN:

https://www.youtube.com/watch?v=TNl2qof-Hzw&t=5s

EXPLICACIÓN:

Empieza a experimentar para reducir el riesgo

DESCARGAR SESIÓN PROBANDO PV 1

DESCARGAR SESIÓN PROBANDO PV 2



Cuando empiezas a explorar ideas nuevas, sueles encontrarte en un estado de máxima incertidumbre. No sabes si tus ideas funcionarán. Pulirlas en un plan de negocio no hará que tengas más posibilidades de tener éxito. Es mejor que hagas pruebas con experimentos baratos para aprender y reducir la incertidumbre. Después, a medida que vayas ganando certeza, puedes ir aumentando el gasto en experimentos, prototipos y pilotos. Pon a prueba todos los aspectos de los lienzos de la propuesta de valor y del modelo de negocio pasando por todos los elementos, desde los clientes hasta los socios (los socios de canal, por ejemplo).

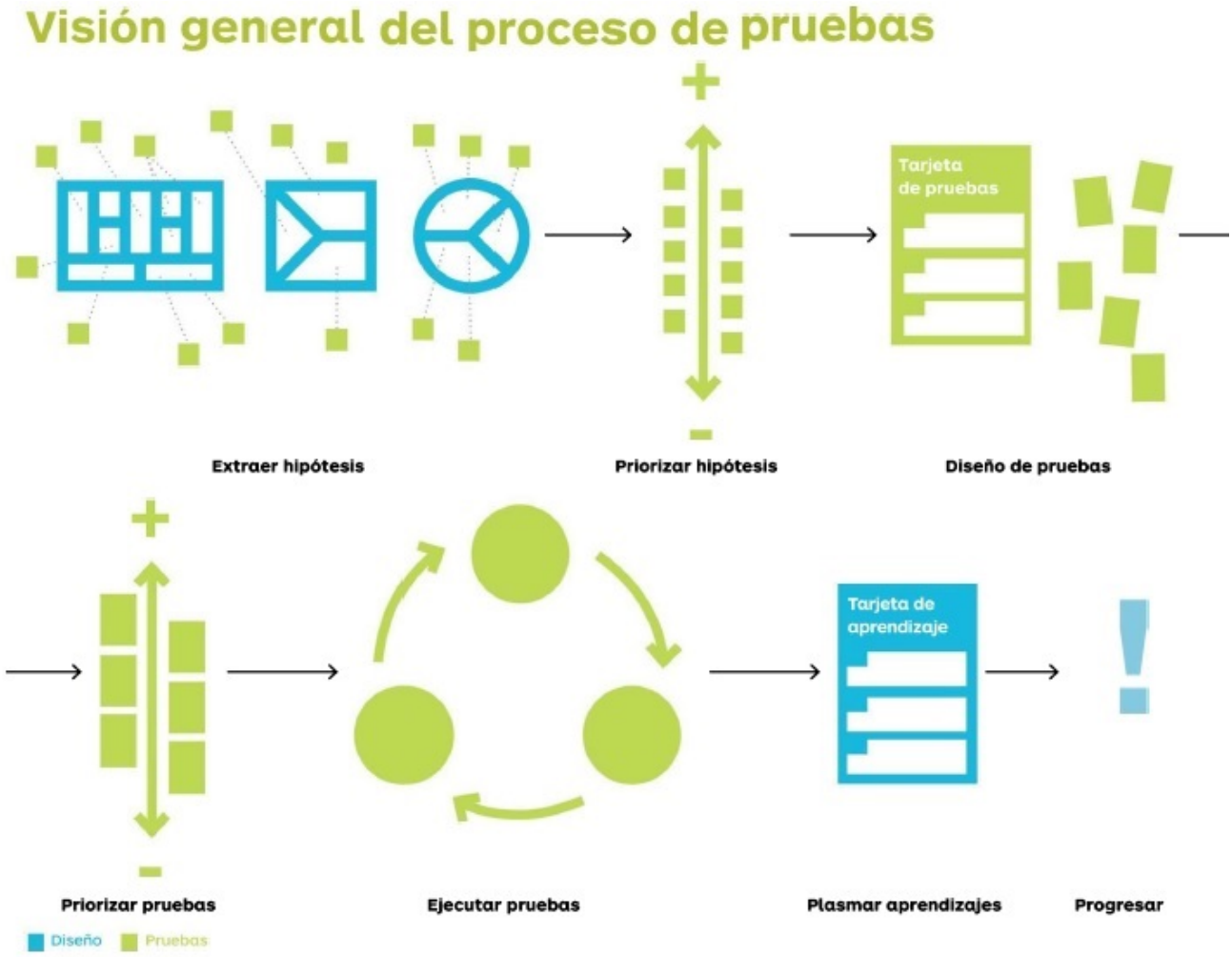
Antes, el primer paso en cualquier aventuro empresarial era redactar un plan de negocio. Ahora sabemos más. Los planes de negocio son documentos estupendos que funcionan en un entorno conocido con la certeza suficiente. Desgraciadamente, en las nuevas aventuras empresariales suele haber un alto nivel de incertidumbre. Por ello, probar las ideas de manera sistemática para descubrir qué funciona y qué no es un enfoque mucho mejor que escribir un plan. Hasta se podría afirmar que los planes maximizan el riesgo. Su naturaleza sin imperfecciones crea la ilusión de que con una buena ejecución poco puede salir mal. Aun así, las ideas cambian radicalmente desde su nacimiento hasta que están listas para salir al mercado y, con frecuencia, mueren por el camino. Debes experimentar, aprender y adaptarte para gestionar este cambio e ir reduciendo el riesgo de la incertidumbre paulatinamente. Este proceso de experimentación, que trataremos en las páginas siguientes, se conoce como desarrollo de clientes y Lean Startup.

https://www.youtube.com/watch?v=KkNOfdVl7qo

DESARROLLO DE CLIENTES

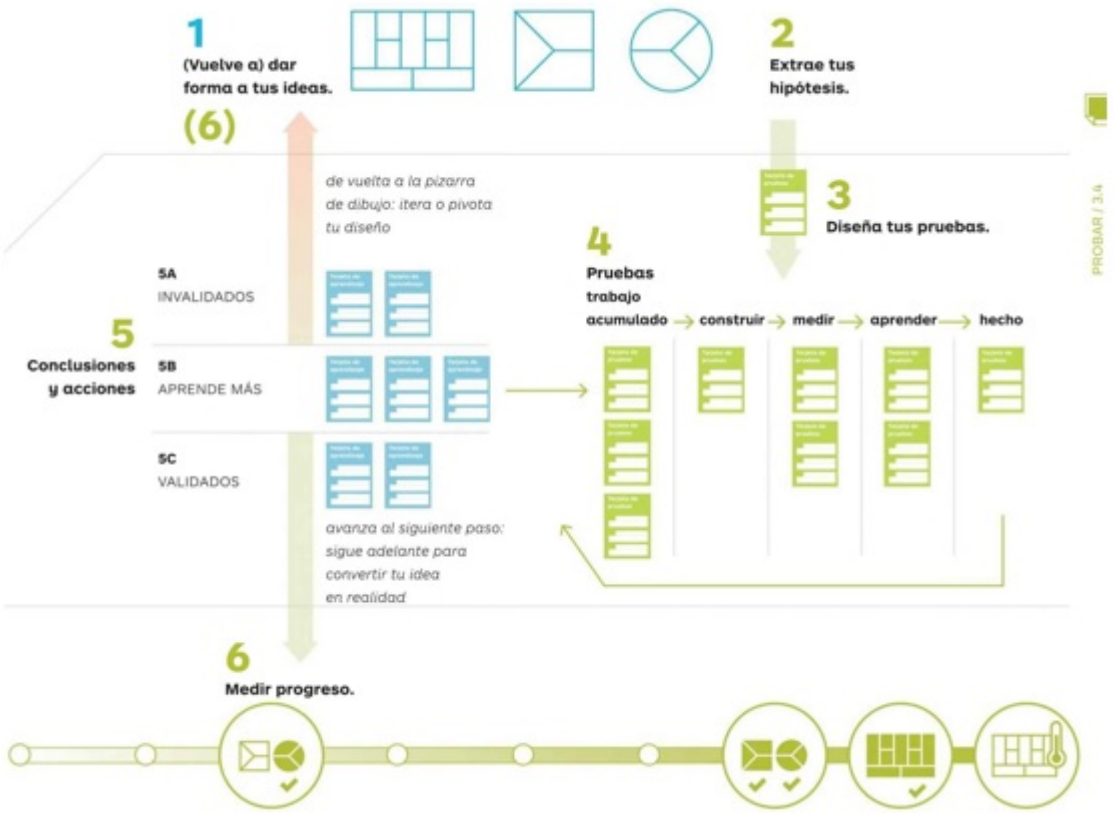
El desarrollo de clientes es un proceso de cuatro pasos inventado por Steve Blank, un emprendedor convertido a autor y educador. La premisa básica es que en la oficina no hay hechos, así que debes probar tus ideas con los clientes y las partes interesadas (por ejemplo, los socios de canal u otros socios clave) antes de implementarlas. En este libro utilizamos el proceso de desarrollo de clientes para probar las asunciones que se esconden detrás de los lienzos de la propuesta de valor y del modelo de negocio.





EJERCICIOS:

Evalúa nuevamente tus ideas



EVALUACIÓN:

BIBLIOGRAFÍA: