

Estrategia pull: Selección del trabajo

Imagina que tus clientes son directores de Tecnología de la Información y tú debes comprender qué trabajos son más importantes para ellos. Haz este ejercicio para priorizar sus trabajos o aplicarlo a uno de tus perfiles de clientes.



Escala de puntuación:
• (poco) a •••• (mucho)

- ¿Fracasar en el trabajo supone frustraciones extremas?
- ¿Fracasar en el trabajo supone perderse alegrías esenciales?

- ¿Sientes la frustración?
- ¿Ves la alegría?

- ¿Hay frustraciones no resueltas?
- ¿Hay alegrías que no se han conseguido?

- ¿Hay muchas personas con este trabajo, frustración o alegría?
- ¿Hay pocos dispuestos a pagar mucho?

Clasificación de trabajos del cliente desde tu perspectiva

Céntrate en los trabajos de gran valor y en las frustraciones y alegrías relacionadas.

Trabajos	Importantes	Tangibles	No solucionados	Lucrativos	Trabajos de gran valor
→					
→					
→					
→					
→					
→					
→					
→					
→					

Escrito por Alex Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith
Diseñado por Trish Papadakis

Copyright Strategyzer A.G.
Los creadores de Generación de modelos de negocio y Strategyzer