

Glosario

Alegrías del cliente

Resultados y beneficios que los clientes necesitan, esperan, desean o sueñan con conseguir.

Aliviadores de frustraciones

Describen cómo los productos y servicios mitigan frustraciones del cliente eliminando o reduciendo malos resultados, riesgos y obstáculos que les impiden resolver un trabajo.

Creación de prototipos (de baja/alta fidelidad)

La práctica de construir modelos de estudio con poco dinero y de forma rápida para descubrir el potencial y la viabilidad de propuestas de valor y modelos de negocio alternativos.

Creadores de alegrías

Describen cómo los productos y servicios crean alegrías y ayudan a los clientes a conseguir los resultados y beneficios que necesitan, esperan, desean o con los que sueñan al resolver un trabajo.

Datos

Prueban o refutan una hipótesis (de negocio), la percepción del cliente o una creencia sobre una propuesta de valor, modelo de negocio o entorno.

Desarrollo de clientes

Proceso de cuatro pasos inventado por Steve Blank para reducir el riesgo y la incertidumbre en la actividad emprendedora que consiste en probar continuamente con los clientes y las partes interesadas las hipótesis relativas a un modelo de negocio.

Diseño de la propuesta de valor

Proceso que consiste en diseñar, probar, construir y gestionar propuestas de valor a lo largo de todo su ciclo de vida.

Encaje

Cuando los elementos de tu mapa de valor coinciden con trabajos, frustraciones y alegrías relevantes para tu segmento de clientes y un número considerable de ellos «contrata» tu propuesta de valor para satisfacer esos trabajos, frustraciones y alegrías.

Experimento/prueba

Procedimiento que genera datos para validar o invalidar una hipótesis sobre una propuesta de valor o modelo de negocio.

Frustraciones del cliente

Malos resultados, riesgos y obstáculos que los clientes quieren evitar, sobre todo porque les impiden resolver un trabajo.

Hipótesis (de negocio)

Algo que debe ser cierto para que tu idea funcione de forma parcial o total, pero que aún no se ha validado.

Lean Startup

Enfoque de Eric Ries basado en el proceso de desarrollo de clientes para eliminar la incertidumbre y el estancamiento del desarrollo del producto creando, haciendo pruebas y aprendiendo continuamente en un proceso iterativo.

Lienzo de la propuesta de valor

Herramienta estratégica de gestión para diseñar, probar, construir y gestionar productos y servicios. Totalmente integrado con el lienzo del modelo de negocio.

Lienzo del modelo de negocio

Herramienta estratégica para diseñar, probar, construir y gestionar modelos de negocio (rentables y escalables).

Llamada a la acción

Provoca que un individuo realice una acción. Se usa en un experimento para probar una o más hipótesis.

Mapa de entorno

Herramienta estratégica de previsión para detallar el contexto en el que diseñas y gestionas propuestas de valor y modelos de negocio.

Mapa de valor

Herramienta de negocios que constituye el lado izquierdo del lienzo de la propuesta de valor. Explicita cómo tus productos y servicios crean valor aliviando frustraciones y creando alegrías.

Modelo de negocio

Bases sobre las que una empresa crea, ofrece y captura valor.

Perfil del cliente

Herramienta de negocios que constituye el lado derecho del lienzo de la propuesta de valor. Visualiza los trabajos, frustraciones y alegrías de un segmento de clientes (o parte interesada) para quien pretendes crear valor.

Perspectiva del cliente

Menor o mayor avance en la comprensión de tu cliente que te permite diseñar mejores propuestas de valor y modelos de negocio.

Producto mínimo viable (PMV)

Modelo de una propuesta de valor diseñada específicamente para probar la validez o invalidez de una o más hipótesis.

Productos y servicios

Artículos en los que se basa tu propuesta de valor y que tus clientes pueden ver en tu escaparate, metafóricamente hablando.

Propuesta de valor

Descripción de los beneficios que los clientes pueden esperar de tus productos y servicios.

Prototipado (de baja/alta fidelidad)

La práctica de construir modelos de estudio con poco dinero y de forma rápida para descubrir el potencial y la viabilidad de propuestas de valor y modelos de negocio alternativos.

Tabla de progresos

Herramienta estratégica de gestión para controlar el modelo de negocio y el proceso de diseño de la propuesta de valor y hacer un seguimiento del progreso hacia el éxito.

Tarjeta de aprendizaje

Herramienta estratégica de aprendizaje para plasmar puntos de vista de la investigación y los experimentos.

Tarjeta de pruebas

Herramienta estratégica de pruebas para diseñar y estructurar tu investigación y experimentos.

Trabajos

Lo que los clientes necesitan, quieren o desean resolver en su trabajo y su vida.