

Lienzo de propuesta de valor

Una plantilla en dos partes, el perfil de un tipo de cliente (tareas, frustraciones y alegrías) y el mapa de valor de la oferta, para ver si encajan.

En inglés

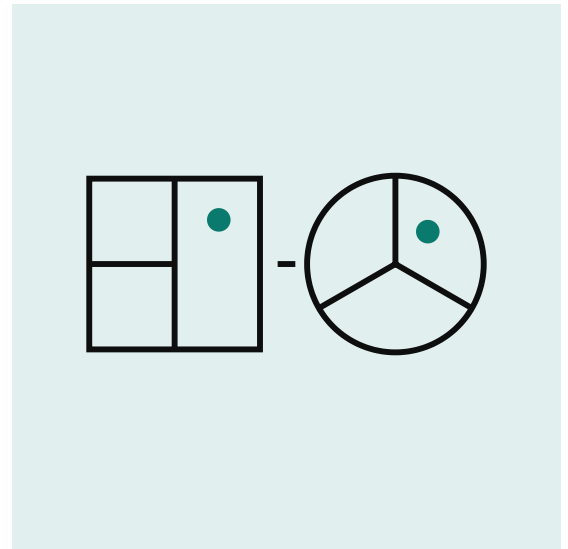
Value Proposition Canvas

Origen

Osterwalder, Pigneur, Bernarda y Smith (2014)

Produce

un lienzo con el perfil del cliente y el mapa de valor



Para qué sirve

Ayuda a diseñar desde lo que una persona intenta conseguir y no desde lo que la organización quiere vender.

Cómo se hace

1



Perfil tareas, frustraciones y alegrías de un tipo de cliente.

2



Mapa de valor productos y servicios, aliviadores y creadores de alegrías.

3



Encaje unir cada parte y comprobarlo con clientes.

Aplicaciones en diseño

✓ Úsalo así

Para definir o revisar lo que un producto, un espacio o un servicio ofrece a un tipo concreto de cliente.

✗ Evita

Llenar el perfil con suposiciones y darlo por bueno.

👁 Para no caer

Un lienzo por tipo de cliente: mezclar clientes distintos borra lo que importa a cada uno.

Elementos clave

Tareas	Frustraciones y alegrías	Encaje
Lo que el cliente intenta hacer o resolver.	Lo que le molesta o le preocupa, y los resultados que desea.	La oferta encaja cuando alivia las frustraciones y crea las alegrías que más importan. Es una hipótesis que se comprueba con clientes.

Autores y obras

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda y Alan Smith (2014)
Presentaron el lienzo para diseñar y probar propuestas de valor, junto a su lienzo de modelo de negocio.

Conexiones

Se apoya en

Diez tipos de innovación
Modelo

Relacionado con

Diseño de negocio
Disciplina

Jobs to be done
Enfoque

Las cuatro acciones
Método

Personas
Método

Fuentes

- Fuentes originales**
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. y Smith, A. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want. Wiley.
 - Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010). Business model generation. Wiley.

