

Convierte tu Negocio
en un Escudo a Prueba
de Fracasos:

5 PILARES CLAVES
de un PLAN
DE NEGOCIOS
TRIUNFADOR

EGM EMPRENDEDOR
GROWTH
MODEL™

FELICITACIONES

**Estás a un paso de
comenzar a cambiar
tu negocio**



En este ebook, descubrirás los **PUNTOS CLAVE** que debes plasmar por escrito para asegurarte de que tu **PLAN DE NEGOCIOS realmente FUNCIONE**.

Por supuesto, existen diversos tipos de planes de negocios, cada uno con su nivel de profundidad particular.

En algunas ocasiones, como cuando buscas captar inversionistas o recaudar capital, es necesario elaborar planes de negocios sumamente detallados.

Sin embargo, lo que deseo compartir contigo aquí es cómo **crear un PLAN DE NEGOCIOS de manera efectiva**.

Aprenderás por qué es crucial documentar tus ideas y cómo este proceso te ayudará a determinar si tu IDEA DE NEGOCIO tiene potencial para triunfar, escalar, o si es necesario realizar ajustes antes de invertir más tiempo y dinero en ella.

Entonces, ¡manos a la obra!

01

Tu cliente ideal

Muchos emprendedores cometen el **ERROR** de querer que su negocio llegue a todo el mundo. Quieren venderle a las masas, pero esto es un gran problema.

Si apuntas a las masas, es difícil definir claramente cuál es el problema que resuelves. Por lo tanto, es fundamental identificar **QUIÉN es tu AUDIENCIA OBJETIVO**.

Imagina que tu negocio es una tienda de bicicletas personalizadas. Tu cliente ideal podría ser un amante del ciclismo que busca una bicicleta única y adaptada a sus necesidades específicas.

Por ejemplo, Juan, un apasionado del ciclismo, quiere una bicicleta que se adapte perfectamente a su estilo de conducción y preferencias. Tu tienda ofrece bicicletas personalizadas, resolviendo el problema específico de Juan y atrayendo a clientes similares.

Entonces, en lugar de intentar vender a “todo el mundo”, **concentra tus esfuerzos en comprender las necesidades, deseos y desafíos específicos** de estas personas. Saber quiénes son tus clientes te permite crear un plan de negocios que realmente los satisfaga.



ACTIVIDAD

Haz una lista de las características y deseos de tu cliente ideal. Luego, considera cómo puedes personalizar tu oferta para satisfacer sus necesidades únicas.



02

Identifica el problema que resuelves

Ahora que conoces a tu audiencia, es fundamental **DEFINIR EL PROBLEMA** que tu negocio resolverá para ellos. ¿Cuál es el desafío que enfrentan? ¿Quizás la falta de opciones en el mercado? Identificar estos problemas te ayudará a adaptar tu oferta y crear una solución que marque la diferencia.

Ejemplo: Juan se da cuenta de que las tiendas locales no ofrecen bicicletas personalizadas que se adapten a sus necesidades. Tu tienda llena este vacío al proporcionar bicicletas únicas y a la medida.

Un problema claramente definido es el punto de partida para el éxito.

Cuando sabes cuál es el problema que resuelves, puedes enfocarte en encontrar la mejor SOLUCIÓN para ese problema en particular.



ACTIVIDAD

Describe el problema específico que tu negocio abordará y cómo lo harás de manera innovadora o única.



03

Diseñando la solución

Con el problema en mente, es momento de diseñar una **SOLUCIÓN FUNCIONAL** que resuelva este desafío de manera eficaz. Asegúrate de que tus productos o servicios sean de alta calidad y se adapten perfectamente a las necesidades de tus clientes.

Ejemplo: Tu tienda utiliza tecnología de vanguardia para medir y adaptar cada bicicleta a las preferencias de los clientes, ofreciendo una solución funcional y efectiva.

La SOLUCIÓN FUNCIONAL es lo que **tu producto o servicio hace de MANERA CONCRETA para resolver el problema**. Aquí es donde construyes la base de tu propuesta de valor.



ACTIVIDAD

Crea un bosquejo de cómo será, o es, tu producto o servicio y destaca las características que lo harán efectivo para resolver el problema.



04

Conecta emocionalmente con tus clientes

La SOLUCIÓN EMOCIONAL es la clave para fidelizar a tus clientes. Piensa en cómo tu producto o servicio puede brindarles emociones positivas, como tranquilidad, estatus o alegría. Conectar emocionalmente con tus clientes crea lealtad y repetición de compra. Puedes conectar emocionalmente con tus clientes al brindarles una atención personalizada y un sentido de comunidad.

Ejemplo: Juan se siente valorado y parte de una comunidad de ciclistas apasionados cuando visita tu tienda. Esa conexión emocional es lo que lo mantiene conectado y regresando a tu negocio.

Las personas compran productos o servicios no solo por su utilidad práctica, sino también por **CÓMO SE SIENTEN AL USARLOS**. Una solución emocional puede generar lealtad y entusiasmo en tus clientes.



ACTIVIDAD

Piensa en cómo puedes crear una conexión emocional con tus clientes a través de experiencias y servicios excepcionales que ofreces en tu negocio.



05

Encuentra tu punto diferenciador

Para destacar en un mercado competitivo, necesitas un **PUNTO DIFERENCIADOR** único. Esto podría ser la calidad superior de tus productos, un servicio excepcional al cliente o incluso un compromiso con la sostenibilidad. **Diferenciarte te permite destacar entre la competencia y atraer a clientes que buscan algo especial.**

Ejemplo: Tu tienda ofrece un programa de seguimiento personalizado para asegurarse de que cada bicicleta siga siendo óptima para el cliente con el tiempo, diferenciándote de la competencia.

Sin un PUNTO DIFERENCIADOR, te conviertes en uno más en el mercado, compitiendo principalmente en precio.

Un diferenciador sólido puede ayudarte a destacar y justificar precios más altos.



ACTIVIDAD

Identifica al menos tres elementos que te hagan único en tu industria y cómo los promocionarás para destacar en el mercado.



TU ÉXITO EMPRESARIAL COMIENZA AQUÍ

Este eBook te ha proporcionado un conjunto de pasos prácticos y sencillos para mejorar tu PLAN DE NEGOCIO actual o, si aún no lo tienes, es el momento ideal para comenzar a crear uno desde cero.

No permitas que tu empresa, emprendimiento o negocio se quede estancado. Pon en práctica estos valiosos consejos y comienza a construir un camino aún más sólido hacia el éxito empresarial.

A graphic in the top-left corner consisting of a 2x2 grid of squares. The top-left and bottom-right squares are a lighter shade of red, while the top-right and bottom-left squares are a darker shade of red. A diagonal line runs from the top-left to the bottom-right, passing through the center of the grid.

EGM EMPRENDEDOR
GROWTH
MODEL™