



Proposta de model de negoci. Mòdul 4. Sessió 7. Model de negoci: Com he de definir el meu producte o servei?

Hola, sóc en Raül. Tinc 17 anys i estic gravant aquest vídeo per a l'assignatura d'economia,

Us explico com va començar tot? Fa tres mesos, a classe ens van dir que intentéssim localitzar un problema i penséssim en diferents alternatives per solucionar-lo. I així, donant-hi moltes voltes, em van venir al cap els kilos i kilos de taronges que cada any es fan malbé al nostre camp perquè ja no hi ha ningú de la família que pugui o vulgui collir-les.

Aquest és el meu avi Vicenç. Ell és l'artífex que se m'acudís aquesta idea. El seu esforç i els seus més de seixanta anys d'experiència al camp han fet que el seu somni —intentar recuperar la vitalitat d'aquells dies a l'horta— es converteixi també en el meu.

Què podíem fer amb el camp de taronges que teníem i que ja ningú no treballava? Hi havia cap possibilitat d'aprofitar el terreny? Vaig començar a donar-hi voltes i a buscar respostes. Abans de continuar, sabeu què és el MiniCanvas? És una eina de gestió i planificació que es fa servir per descriure els diferents elements que componen una proposta empresarial.

Taronja i tecnologia, tecnologia i taronja... No sabia gaire què buscava. Taronja i tecnologia eren dues idees de partida. Ja tenia prou motivació per continuar avançant.

Volia esprémer el meu esperit emprenedor, de manera que a vegades somiava que triomfava... ..i d'altres, simplement, em desmotivava.

Va passar el primer mes i, aleshores, vaig entendre la importància de sistematitzar la informació. Havia de revisar els meus criteris, i per això vaig concretar primer la meva idea.

Proposta... Motivació... El meu producte.

A poc a poc em vaig anar familiaritzant amb el vocabulari propi de la realització de qualsevol proposta de negoci, i així vaig descobrir el MiniCanvas.

Sí, la primera lliçó d'emprendre és que has de concretar la teva idea. Quan vaig tenir clar que volia distribuir el producte «taronja» a petits comerciants, en forma de fruita, suc artesanal, vinagres i sabons, em vaig posar a treballar. Podia fer-ho amb els recursos i els contactes que tenia al meu abast. Ara bé, havia de donar resposta també a altres qüestions:

Raül, què fas?

Mare!, estic gravant un vídeo per a l'institut! Em queda una estona i vinc de seguida!

Abans de continuar, sabeu què és el Minicanvas? És una eina de gestió i planificació que es fa servir per descriure els diferents elements que componen una proposta empresarial.

Fixeu-vos-hi:

Un cop definida la idea de negoci, el Raül va haver de respondre aquestes quatre preguntes bàsiques:

Què volia fer.

A qui volia dirigir el seu producte.

Com traslladaria el seu producte fins als clients.

I la relació que volia establir amb els seus clients.

Aquestes preguntes, que es resumeixen en quatre elements, donen significat a allò que avui en dia entenem com a '*model de negoci*'.



Quan parlem de producte, intentem respondre la pregunta de quin producte o servei constitueix la nostra oferta: quines són les seves característiques principals, quines necessitats cobreix i quin valor diferencial aporta respecte a la competència. Resoldre aquestes qüestions va ser el que, a l'inici, li va costar més al nostre protagonista.

Volia aprofitar els productes derivats de la taronja amb un segell de qualitat artesanal. Volia apropar el producte obtingut a comerciants i veïns del barri. I en aquest exercici va entendre que un producte o servei no és un negoci en ell mateix.

Després, el Raül va haver d'afrontar una segona qüestió: a quin segment de la població anava dirigida la seva oferta, a quin tipus de clients. Saber quines eren les característiques demogràfiques o socioeconòmiques, el perfil cultural dels seus clients potencials va ser el segon repte.

En el sector de la taronja, hi ha gegants del mercat que es dediquen a la distribució, però el nostre jove apostava per una altra cosa que estigués marcada pel tipus de canal que volia utilitzar per arribar als clients.

És a dir, a través de quins mitjans arribem als clients, com distribuïm els nostres productes, quins punts de contacte fem servir per oferir els nostres serveis.

Oferirem el nostre producte a través d'un web i el distribuïrem amb la tramesa a domicili o a través de petits comerços locals que actuaran com a punts de lliurament i recollida.

I la relació. Ens referim al tipus de tracte i atenció que establim amb els nostres clients i a través de quins mitjans. En definitiva: com els comuniquem la nostra proposta, com intentem captar nous clients o fidelitzar els que ja tenim.

Ens relacionarem amb el client a través de butlletins d'informació i correus electrònics personalitzats. I a més, oferirem experiències al camp. Quasevol persona podrà llogar el seu propi taronger i rebre classes sobre com s'ha de cuidar amb l'avi Vicenç.

Quan comences a familiaritzar-te amb aquests conceptes t'adones de la importància dels clients en tot aquest procés. Saber resoldre les seves necessitats, saber com perceben el producte o servei... és crucial perquè un negoci sigui viable.

Aquí en Raül ho veia molt clar. Volia apostar per un servei proper, en què el clients tinguessin l'oportunitat de participar activament en tot el procés de creació del producte final. Per això, inicialment va fer personalment les entrevistes per saber, de primera mà, l'opinió dels seus clients potencials.

En resum, la meua idea respon al model de negoci següent:

Crear quatre línies de producte: taronges, vinagre de taronja, suc i sabons amb aroma.

Comerços locals i habitants de la localitat que consumeixin productes naturals.

Crear un web per vendre els nostres productes.

Millorar l'experiència dels clients amb formació i butlletins online.

En Raül s'ha adonat que aquest és el projecte en què li agradaria treballar en un futur. Ha descobert que li agradaria ser enginyer agrònom i que, sobretot, vol continuar treballant i fer créixer el negoci familiar. Quina seria la conclusió d'aquest treball? Tot és possible si saps com fer-ho.