



Guía para redactar la presentación perfecta

realelab1828.com



1. Introducción

Reale Lab está preparado para acoger tus buenas ideas, colaborar y transformarlas en proyectos de negocios.

Para enviarnos tu idea, rellena todos los campos del formulario que encuentras en el enlace <http://realelab1828.com/es/envianos-tu-idea> : nuestro Equipo se pondrá en contacto contigo cuanto antes.

¿Aún no tienes una presentación de tu idea?

¡Ésta es la guía que necesitas!

Aquí encontrarás nuestros consejos para preparar el documento, y algunas herramientas útiles que pueden ayudarte a convalidar tu idea.

2. Idea description & How it works

1. NOMBRE DE LA IDEA - ÁREA DE INNOVACIÓN

2. IDEA DESCRIPTION

Describe de forma clara y sintética la idea (queda a tu criterio si utilizas representaciones gráficas o texto)

Consejos

Intenta describir la idea y su funcionamiento de forma completa. Para controlar si incluíste todo, puedes cotejar tu descripción con la siguiente lista de control:

- ¿Explicaste en qué consiste la idea?
- ¿Explicaste cuáles son los actores principales?
- ¿Incluíste los "targets" potenciales de la idea (como Cliente, Distribuidor, Personal de la Compañía, etc.)?
- ¿Explicaste cuáles son las ventajas previstas (como eficacia comercial, nivel de servicio, comunicación/transparencia, eficiencia operativa, etc.)?
- ¿Explicaste por qué la idea tiene valor para Reale/por qué tiene sentido ponerla en práctica?

3. HOW IT WORKS

Describe la experiencia de tu cliente (interno o externo), prestando atención a incluir todos los pasos principales y la interacción de los distintos actores

Consejos

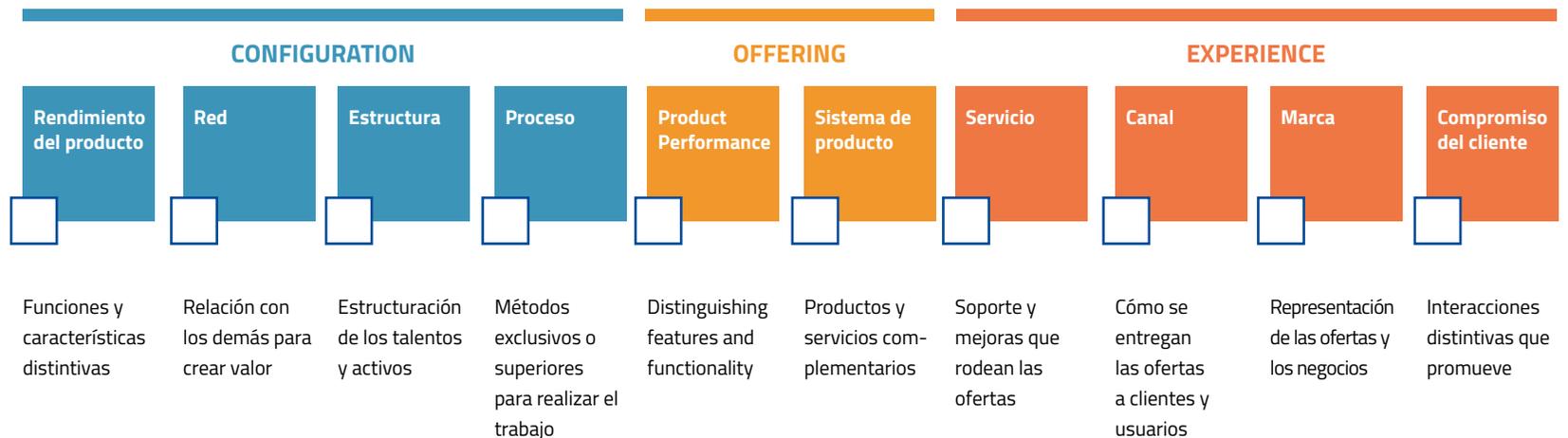
Ponte en el lugar de quien deberá utilizar tu servicio e imagina todos los pasos principales (touch-points) que tendrá que seguir tu cliente para alcanzar su objetivo: incluye a los actores principales, describe la interacción, destaca las herramientas y la tecnología involucrada y cuenta la experiencia de tu cliente. Utiliza visualizaciones gráficas sintéticas, vídeos y elementos visuales.

3. Innovation meter

1. TEN TYPES OF INNOVATION

Siguiendo el diagrama de abajo, identifica el o los tipos de innovación que más se acerquen a tu idea y a tu proyecto.

Explica brevemente los motivos por los que seleccionaste uno o más tipos de innovación, mencionando el motivo (o los motivos) por los que consideras que tu iniciativa es innovadora.



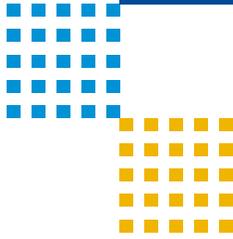
Consejos

Si no estás seguro del tipo de innovación de tu iniciativa, consulta el manual específico o busca información detallada en el sitio <https://www.doblin.com/ten-types>

Plantilla presentación potencial iniciativas

3. Innovation meter

4. SWOT Analysis



Plantilla
presentación
potencial
iniciativas

4. SWOT analysis

Nombre de la iniciativa

FACTORES INTERNOS

PUNTOS FUERTES

- ¿Cuáles son los puntos fuertes de la iniciativa?
- ¿En qué aspectos tu iniciativa es mejor que las otras comparables?
- ¿Qué recursos y capacidades distintivas tienes para el desarrollo de la iniciativa?

PUNTOS DÉBILES

- ¿Cuáles son los puntos débiles de la iniciativa?
- ¿En qué aspectos las iniciativas comparables son mejores que la tuya?
- ¿Qué se puede mejorar en tu iniciativa?

FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES

- ¿Qué tendencias o condiciones externas podrán tener impacto positivo en tu iniciativa?
- ¿Cuáles son las oportunidades futuras con relación a tu iniciativa?

AMENAZAS

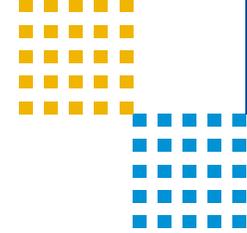
- ¿Qué tendencias o condiciones externas podrán tener impacto negativo en tu iniciativa?
- ¿De qué forma podría afectar tu iniciativa la acción de los competidores?



Consejos

Haz la prueba de considerar los puntos fuertes/débiles y las oportunidades/riesgos de la iniciativa, sin olvidar el posible impacto sobre/derivado de pertenecer al Grupo Reale Mutua.

5. Lean Model Canvas



 <p>Problema Los principales problemas a resolver que tienen tus segmentos de clientes</p>	 <p>Solución Las funciones clave para resolver los problemas previamente identificados (útil, sobre todo, para la fase de PoC), incluso a través de posibles colaboraciones</p>	 <p>Valor ofrecido El conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientela específico.</p> <p>El valor creado puede ser de tipo cuantitativo (como precio, velocidad del servicio) o cualitativo (como diseño, experiencia del cliente). Algunos de los elementos que pueden contribuir a la creación de valor para la clientela son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ novedad; ▪ rendimiento; ▪ personalización; ▪ precio; ▪ accesibilidad; ▪ conveniencia/facilidad de uso. 	 <p>Ventaja desleal La ventaja competitiva (si existe), que no permite a los competidores imitar la solución en tiempo cero (indicar también las posibles barreras para la entrada)</p>	 <p>Segmentos de clientela Los distintos grupos de personas y organizaciones a los que una empresa quiere llegar y ofrecer servicio.</p> <p>Los grupos de clientes representan segmentos distintos cuando:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sus necesidades exigen y justifican una oferta distinta; ▪ se alcanzan a través de canales de distribución diferentes; ▪ requieren distintos tipos de relaciones; ▪ tienen una rentabilidad sustancialmente distinta; ▪ están dispuestos a pagar por aspectos distintos de la oferta.
	 <p>Parámetros clave Parámetros que convalidan el modelo de negocios, identificados a partir de las actividades realmente fundamentales para el desarrollo de la iniciativa</p>	 <p>Canales El modo en el que una empresa se comunica con sus segmentos de clientela y llega a los clientes para llevarles el valor ofrecido; con el fin de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear conciencia en el cliente sobre el producto/servicio y sobre la empresa ▪ Ayudarles a evaluar las Propuestas de Valor hechas por la empresa ▪ Ofrecer el producto/servicio ▪ Permitirles adquirir el producto/servicio ▪ Seguirles en la posventa 		
 <p>Costes Todos los costes que se deben afrontar para hacer funcionar un modelo de negocio.</p>		 <p>Ingresos Lo que una empresa gana con cada segmento de clientela. Hay distintos modelos para generar flujos de ingresos, como la venta de bienes y servicios, los cánones de uso, los gastos de inscripción, el préstamo/alquiler/leasing, las licencias, las comisiones de intermediación y la publicidad.</p>		



Consejos

Recuerda adaptar el marco a las exigencias y a las características específicas de tu iniciativa (por ejemplo, si se trata de soluciones dirigidas a la organización, es probable que los segmentos de clientela estén formados por clientes internos – como B.U. específicas)
Sitios de referencia: <https://leanstack.com/templates> puedes encontrar modelos muy útiles para presentar tu idea.



Consejos

Vimos muchas herramientas útiles para presentar tu idea, júntalas en un solo pdf. Recuerda: puedes incluir pdf de hasta 5 Mb, usa herramientas como <https://smallpdf.com/es> para reducirlos. ¡Vuelve a la página y presenta tu idea!



© 2022 Reale Mutua Assicurazioni
Número de IVA 00875360018

hello@realelab1828.com

realelab1828.com