**DIRU-SARRERAK**

* **Zeintzuk dira diru-sarreren iturriak? Urtaroko gorabeheren arazoak egon daitezke?**
* Zein da salmenten zenbatespena? Hori lor al daiteke merkatuaren arabera eta eskura dagoen egiturarekin?
* Zein izango da bezeroei kobratzeko modua?
* Prezioen estrategia, bezeroen segmentuaren arabera **(marjinak, posizionamendua, lehia…). Honako hauek zehaztu behar dira:** ekoizpen-kostuak, produktuaren marjina gordina…
* Baliabide propioak, diru-laguntzak, bestelako finantzaketa-iturriak (maileguak, kreditu-kontuak…)
* Zein da inbertsioari lotuta espero den hazkundea? Zein da inbertsioaren itzulera – ROI-?
* **Nondik lortzen ditu diru-sarrerak nire enpresak? Salmentak, erabileragatik ordaintzea, publizitatea**…
* **Prezioak finkatzeko mekanismoak:** Finkoa (prezioen zerrenda finkoa, produktuaren ezaugarrien, merkatu-segmentuaren bolumenaren araberakoa) edo dinamikoa (negoziazioa, enkanteak, erosteko unea)

**KOSTUAK**

* **Kostu finko edo aldagarri nagusiak** (lursailak, fabrikazioa, mantentze-lanak, marketina, aseguruak, zergak, interesak…)
* **Kontuan hartu al dira instalazio-kostuak eta horien amortizazioa?** (Lursailak, eraikuntzak, makinak, ibilgailuak, I+G+b, bideragarritasun-azterlanak, prototipoak, eraketa-gastuak, lizentziak, patenteak…)
* **Negozioari eskala txikiagoan ekin al dakioke?** (alokairua vs erosketa)
* **Nola ordainduko zaie hornitzaileei?**
* **Kontingentzietarako aurreikuspentzat hartu al dira?** (atzerapenak, ez-betetzeak, aldaketa arriskuak…)
* **Noiz aurkezten da oreka-puntua?**

**NOLA?**

**FUNTSEZKO JARDUERAK**

**Zer egingo duzu zure negozio-helburuak lortzeko?**

* **Bezeroari balio-proposamena entregatzeko eta hari sortzen dion balioari denboran eusteko egin beharreko ekintzen xehetasuna** (diseinua, fabrikazioa, produktuaren entrega, eskatutako kalitatea, osasun-alderdiak, harremanetarako eta zalantzak argitzeko plataforma, sustapen-jarduerak, hotzean eta aldez aurretik egindako banaketak…).
* **Kontsumitzaile/Bezero potentzialak identifikatzeko eta fidelizatzeko behar diren jarduerak**
* **Aliantzak ezartzeko beharrezko ekintzak**

**BANAKETA-, KOMUNIKAZIO- ETA SALMENTA KANALAK**

**Nola eskaini eta hurbildu bezeroari zure eskaintza?**

* **Harremanetan jartzeko bitartekoak eta moduak, bezeroak produktua/zerbitzua ezagutu dezan, eros dezan eta fidelizatu dezagun (ekipo komertziala, online salmenta duen webgunea, publizitatea, sare sozialak, denda propioak,** Horeca kanala, handizkakoak…)
* **Zein dira eskainitako produktuak/zerbitzuak banatzeko bideak?** (zuzenean edo bitartekarien bidez entregatzea, fisikoki, online..).
* **Badago merkataritza-murrizketarik?**
* **Zer berezitasun ditu?** (packaging, hotz-katea, hausturak…)
* **Produktuak/Zerbitzuak bezeroengana nola iristen diren jakiteko benetako proba egitea gomendatzen da.**

**ESKAINTZA / BALIO-PROPOSAMENA**

**Zerk egiten du berezi zure produktua/zerbitzua?**

* **Bezero-segmentuak eskainitako produktu eta/edo zerbitzuen deskribapena**
* **Asetzen duen beharra, erosteko arrazoiak**
* **Abantaila kuantitatiboak eta/edo kualitatiboak** (nobedadea, pertsonalizazioa, diseinua, prezioa, irisgarritasuna, …)
* **Gama: gure eskaintzaren zein elementu murriztu, ezabatu edo gehitu ditzakegu?**
* **Produktuaren bizi-zikloa eta lehiatzeko abantailak**
* **Produktuaren/Zerbitzuaren ezaugarriak eta onurak**
* **Erraz ulertzen al du bezeroak produktuaren/zerbitzuaren balio-proposamena? Beharrezkoa al da alderdi batean heztea produktuaren/zerbitzuaren alderdi guztiez baliatzeko?**
* **Produktuak/Zerbitzuak ordezkatzen al du merkatuan dagoen baten bat? Ba al dago ordezko produkturik?**
* **Zure produktua/zerbitzua zenbateraino dago erabiltzailearen sinesmen eta jarreren aldaketen mende? Zer aldaketa beharko lituzke?**
* **Bezero ez direnek zergatik ez diguten erosten**
* **Bezeroaren entzute aktiboa: bezeroaren lehentasunak, iradokizunak, erreklamazioak eta abar ezagutzeko aukera.**

**KONPETENTZIAREN AZTERKETA**

**Zergatik erosten dizute zuri?**

* **Produktua/zerbitzua da merkatuan sartzen den lehena edo antzeko produktuak daude? Berrikuntza inkrementala edo disruptiboa da?**
* **Zuzeneko lehiakideak, haien eskaintza eta prezioa. Zertan oinarritzen dute arrakasta? Zer ideia berritzaile inplementatu dituzte, eta zer emaitzarekin?**
* **Zeharkako lehiakideak eta/edo lehiakide potentzialak: eskaintza eta prezioak.**
* **Lehiarekiko jarrera: salmenta-argudioak, segmentuaren arabera.**

**ZER?**

**NORK?**

**BEZEROAREKIKO HARREMANA**

**Nola tratatu behar duzu bezeroa leialtasuna ziurtatzeko?**

* **Zer harreman mota ezarri nahi da erabiltzailearekin/bezeroarekin egon daitezkeen harremanetarako gune guztietan** - informazioa, ebaluazioa, erosketa, entrega, salmenta ostea? (pertsonala, automatizatua, hirugarrenen bidez, autozerbitzua…)
* **Zein da nire bezeroak bilatzen duen esperientzia? Nola betetzen ditut haien beharrak eta lehentasunak?**
* **Fidelizazio-eredua. Nola aztertuko dira bezeroen portaeraren gakoak?**

**ZENBAT?**

|  |
| --- |
| **FUNTSEZKO BALIABIDEAK ETA TREBETASUNAK**  |
| **Zertan inbertitu behar duzu?** |
| * **PERTSONAK:** ideia-sustatzaileen motibazioa, prestakuntza eta esperientzia, beharrezko profil osagarriak, erakartzeko modua eta funtsezko jardueretarako konpromisoa lortzeko modua.
 |
| * **MATERIALAK:** jarduerabakoitzerako behar diren baliabide materialen tipologia (instalazioak, ekipamenduak, makineria, garraiorako materiala, ekipamendu-ondasunak, tresneria, ekipamendu teknikoa…).
 |
| * **UKIEZINAK:** ezagutza juridikoak, datu-baseak, patenteak eta markak, babes industriala edo intelektuala, akreditazioak…
 |
| * **FINANTZARIAK:** finantza-baliabideen xedea eta funtzioa.
 |

**ALIATUEN SAREA**

**Norekin bilatu behar dituzu aliantzak?**

* **Hornitzaileen xehetasunak** (lehengaiak, packaging zerbitzua, digitalizazioa, berrikuntza, logistika eta banaketa...). **Zer akordio mota lortzea komeni da?**
* **Bezeroengana iristeko bazkide estrategikoak:** esportazio-agentzia, Elikadura-klusterra, Nekatur, taldeak…
* **Baimen eta lizentzietarako eragileen sarea** (Foru Aldundiak, GOVA, Udalak, Aduanak…)

**BEZEROAK EDO ERABILTZAILEAK**

**Nork erosi nahi dizu?**

* **Azken kontsumitzaileen eta bezeroen ezaugarriak. Nork erosi, erabili eta erabakitzen du?**
* **Pertsonak:** adina, bizilekua, prestakuntza, diru-sarrerak, lanbidea, ezagutza digitala…
* **Enpresak:** sektorea, tamaina, diru-sarrerak, erabakitze-prozesuak, erosketen historikoa, hornitzaileak…
* **Egungo merkatuaren eta xede-merkatuaren etapa zehatzaren datuak:** beharezagunik gabe, hazkundea, heldutasuna edo gainbehera.
* **Merkatuaren aurreikuspena eta abiadura.**
* **Zein dira eragina izan dezaketen etorkizuneko joerak?**
* **Merkatuan sartzeko oztopo posibleak eta nola gaindituko diren.**

 **CANVAS PROIEKTUA XXXXXXXXXXXXXXXX**

 **Sustatzailearen izena: E-maila: Telefonoa: Data:**

**BEZEROAREKIKO HARREMANA**

XXXXXXX….

**FUNTSEZKO JARDUERAK**

XXXXXXX….

**ALIATUEN SAREA**

XXXXXX…

**BEZEROAK EDO ERABILTZAILEAK**

XXXXXXX….

**ESKAINTZA / BALIO-PROPOSAMENA**

XXXXXXX….

**BANAKETA-, KOMUNIKAZIO- ETA SALMENTA BIDEAK**

XXXXXXX….

**FUNTSEZKO BALIABIDEAK ETA TREBETASUNAK**

XXXXXXX….

**KOSTUAK**

XXXXXX…

**DIRU-SARRERAK**

XXXXXX…

**KONPETENTZIAREN AZTERKETA**

XXXXXXX….