

Elemento Formativo II.

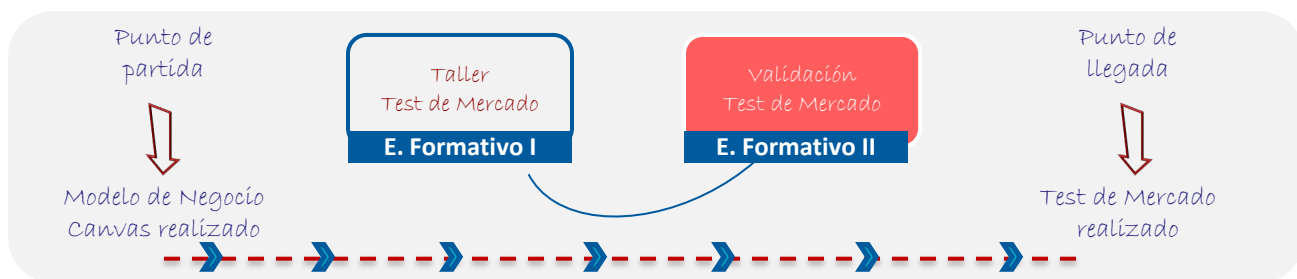
Validación Test de Mercado



Elemento Formativo II.

Introducción

- ✓ Te damos la bienvenida al **Elemento Formativo II de la Cadena de Aprendizaje**, elaborado para trabajar en el desarrollo del **Test de Mercado**.
- ✓ En el **Elemento Formativo**, se va a trabajar el Test de Mercado propio de la idea de negocio de los participantes.
- ✓ Para la realización adecuada del **Elemento Formativo II**, se recomienda impartirlo de forma presencial e **individualizada**.
- ✓ A continuación te indicamos el punto en el que se encuentra este **Elemento Formativo II** dentro de la Cadena de Aprendizaje seguida por el/la participante:



Elemento Formativo II.



Objetivos

El objetivo de esta sesión es trabajar el Test de Mercado:

- Completar el Test de Mercado de la idea de negocio de los participantes de manera que se validen los puntos clave de su modelo de negocio.
- Fundamentar las decisiones futuras respecto a la idea de negocio.
- Establecer la viabilidad del modelo de negocio.
- Constituir una base sólida para el detalle posterior (plan de negocio o similar).



Agenda

A continuación te detallamos el índice de actividades que se proponen para la impartición:

Min: 30'
Max: 120'

ACTIVIDADES EFII. VALIDACION DEL TEST DE MERCADO

Actividades	Descripción	Metodología	Duración
Plan de Trabajo	Actividad 1. Sesiones de resolución de dudas sobre la Investigación de Mercado y la planificación del Test de Mercado.		Min: 30' Max: 60'
	Actividad 2. Sesión de validación del Plan y Diseño del Test de Mercado.		Min: 30' Max: 60'
	Actividad 3. Sesiones de seguimiento de la ejecución del Test de Mercado.		Min: 20' Max: 60'
	Actividad 4. Sesión de validación de los Resultados del Test de Mercado.		Min: 30' Max: 60'

Elemento Formativo II.



Plan de Trabajo

ACTIVIDAD 1: Sesiones de resolución de dudas sobre la Investigación de Mercado y la planificación del Test de Mercado.



TIEMPO

Mínimo 30'
Máximo 60'



OBJETIVOS

- Que los participantes en la sesión resuelvan sus dudas para completar la Investigación de Mercado, y el diseño y la planificación del Test de Mercado de su idea.



CONSIGNAS

- Las sesiones de asesoramiento individual podrán ser una combinación de conversaciones telefónicas, vía Skype o mediante correo electrónico a conveniencia de asesor y participante.
- Controla el seguimiento de la Investigación de Mercado animándole a que sea lo más completa posible. Si lo consideras necesario, pídele que te envíe un resumen de sus investigaciones.
- Indica al participante que te envíe una primera versión trabajada de la ficha del Test de Mercado con el detalle de los puntos 1 al 5.
 - 1. Definición de Hipótesis
 - 2. Definición y construcción del Mínimo Producto Viable
 - 3. Definición y redacción de Entrevistas
 - 4. Definición de Métricas
 - 5. Definición y preparación del contacto con el cliente
- Hazle ver que lo importante es que identifique la utilidad de todo lo que defina para validar aquellos puntos clave de su idea de negocio, y que sean consistentes entre sí.
- Pídele que incluya en que aspectos de su investigación de mercado se apoya.



Elemento Formativo II.

- Comprueba todos los puntos de la ficha, y que en su conjunto tienen coherencia y consistencia desde el punto de vista de la viabilidad.
- En función del resultado, guíale para que mejore los puntos que pudieran estar más débiles y plantéale dudas y preguntas sobre los mismos.
 - ¿Qué temas clave quieres validar?
 - ¿Qué técnicas vas a utilizar?
 - ¿Vas a hacer un prototipo?
 - ¿Qué resultados esperas? (objetivos) ¿Cómo los vas a medir?
- Fija con el participante una cita presencial para validar los puntos 1 a 5 del Test de Mercado.



RECURSOS

- Ficha '**Ponlo en Practica en Casa**' del EFI Test de Mercado - Taller.
- Medios de contacto (teléfono, Skype, correo electrónico).
- Listado de artículos y guías por tipo de negocio (en EFI Test de Mercado - Taller).

Elemento Formativo II.

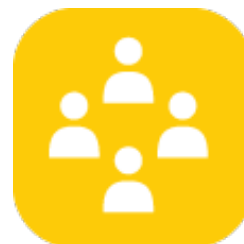


Plan de Trabajo

ACTIVIDAD 2: Sesión de validación del Plan y Diseño del Test de Mercado.**TIEMPO**

Mínimo 30'

Máximo 60'

**OBJETIVOS**

- Conocer si los participantes han pensado bien el Test de Mercado y se apoyan en la información recogida en la Investigación de Mercado.
- Analizar la planificación y el diseño del Test de Mercado de manera que sea lo más efectiva posible.
- Sentar las bases para la ejecución y análisis de resultados.

**CONSIGNAS**

- Es recomendable que esta sesión se realice de forma presencial.
- Durante 15 minutos pide al partícipe que te cuente su planificación y el diseño de su Test.
- Cuando termine de exponer, plantéale preguntas para que lo defienda. Fíjate si su actitud es 'a la defensiva', o resuelve las dudas con soltura. Esto será un indicativo de si el partícipe puede estar cerrado a la realidad y que el Test de Mercado va a estar sesgado.
- Hazle preguntas sobre otras opciones, para ver si las ha descartado y por qué, o estudiar como incorporarlas a su planificación.
- Para ayudarle a mejorar o darse cuenta, hazle preguntas relacionadas con las opciones y diseños que plantea. La idea es que ayudes a partícipe a que sea él mismo el que se de cuenta de la realidad, de los riesgos y las posibilidades, en vez de que simplemente se lo resuelvas.
- Reflexionad conjuntamente sobre las posibilidades que pueden darse en la ejecución del Test de Mercado para prepararse ante imprevistos.

Elemento Formativo II.



RECURSOS

- Modelo de Negocio Canvas.
- Ficha '**Ponlo en práctica en casa**' (EFI Test de Mercado - Taller).
- Pizarra y rotuladores.
- Folios y bolígrafos.



CONCLUSIONES

- Con la planificación del Test de Mercado y el Diseño de sus elementos, el participante debe sentir confianza en que ha reflexionado en todos los aspectos. Esto significa que el Test es consistente, que está trabajado, y que se está preparado para los imprevistos.
- Tras esta actividad, el participante debe tener claras las hipótesis que va a contrastar en el Test de Mercado.
 - **1. Definición de Hipótesis**

Deben estar priorizadas por criticidad. Debe haber.

 - Hipótesis de cliente (sobre quien es)
 - Hipótesis de necesidad/problema (si existe, si lo tienen nuestros clientes, si es importante)
 - Hipótesis de solución (la mejor solución que satisface la necesidad/resuelve el problema)
 - **2. Definición y construcción del Mínimo Producto Viable**

Directamente relacionado con las hipótesis de solución
 - **3. Definición y redacción de Entrevistas**

Debe haber diferentes preguntas por segmento de mercado y directamente relacionadas con las hipótesis a contrastar
 - **4. Definición de Métricas**

Debe definirse una métrica y un umbral de éxito ligado a cada una de las hipótesis
 - **5. Definición y preparación del contacto con el cliente**

Debe quedar establecido donde, cuando y que se va a usar
- El participante tendrá los conocimientos sobre el Test de Mercado para modificar los elementos necesarios a fin de adaptarse a lo que va surgiendo durante su ejecución.

Elemento Formativo II.



Plan de Trabajo

ACTIVIDAD 3: Sesiones de seguimiento de la ejecución del Test de Mercado.



TIEMPO

Mínimo 30'
Máximo 60'



OBJETIVOS

- Que los participantes en la sesión resuelvan sus dudas para completar la ejecución del Test de Mercado de su idea y aprovechen al máximo sus recursos.



CONSIGNAS

- Las sesiones de asesoramiento individual podrán ser una combinación de conversaciones telefónicas, vía Skype o mediante correo electrónico a conveniencia de asesor y participante.
- Recomienda al participante el ensayo previo de las entrevistas para estar preparado ante las diversas reacciones de los entrevistados y poder reconducirlos hacia los puntos que interesan.
- Indica al participante que se plantee tras cada contacto con el cliente si está recogiendo información relevante, y si esos contactos se están desarrollando dentro de las opciones previstas para continuar con el plan o variar los siguientes contactos.
 - ¿Se están cumpliendo los objetivos? (Umbral de éxito definidos para cada métrica)
 - Si no se cumplen, ¿por qué? ¿tiene que ver con el entorno? ¿con la forma de contactar? ¿con el momento elegido?
 - ¿Hay hipótesis que se pueden considerar ya como validadas o invalidadas?
 - ¿Es necesario pivotar a nuevas hipótesis en el próximo contacto con el cliente?
 - ¿Es necesario rediseñar preguntas de los cuestionarios/guía de entrevista para el próximo contacto?
 - ¿Es necesario rediseñar y construir un nuevo Producto Mínimo Viable?

Elemento Formativo II.



RECURSOS

- Ficha '**Ponlo en Practica en Casa**' del EFI Test de Mercado - Taller.
- Medios de contacto (teléfono, Skype, correo electrónico).
- Listado de artículos y guías por tipo de negocio (en EFI Test de Mercado - Taller).

Elemento Formativo II.



Plan de Trabajo

ACTIVIDAD 4: Sesión de validación de los Resultados del Test de Mercado.



TIEMPO

Mínimo 30'

Máximo 60'



OBJETIVOS



- Conocer si los participantes han realizado el Test de Mercado y han reflexionado sobre todos los aspectos de su idea de negocio.
- Analizar los resultados del Test de Mercado de manera que se identifiquen los aspectos del Modelo de Negocio que resultan validados y aquellos que es necesario re-enfocar.
- Sentar las bases para el Modelo de Negocio final.



CONSIGNAS

- Es recomendable que esta sesión se realice de forma presencial.
- Durante 15 minutos pide al participante que te cuente sus conclusiones.
- Cuando termine de exponer, plantéale preguntas para que defienda sus resultados. Fíjate si su actitud es 'a la defensiva', o resuelve las dudas con soltura. Esto será un indicativo de si el Test de Mercado ha cumplido su función de aprendizaje o el participante puede estar cerrado a la realidad.
 - ¿Se han validado las hipótesis? ¿Quedan rechazadas? ¿Hay nuevas hipótesis?
 - ¿Te has replanteado tu modelo de negocio? ¿Qué bloques cambian?
 - ¿Vas a hacer otro Test de Mercado?
 - ¿Ha pivotado lo suficiente? ¿Se ha readaptado a lo que iba recopilando?
- Para ayudarle a mejorar o darse cuenta, hazle preguntas relacionadas con los datos. La idea es que ayudes al participante a que sea él mismo el que se da cuenta de la realidad, de los riesgos y las posibilidades, en vez de que simplemente se lo resuelvas.

Elemento Formativo II.

- Reflexionad conjuntamente sobre los puntos clave sobre los que se basa el Modelo de Negocio Canvas.
- Con el Modelo de Negocio final, indicale que el siguiente paso es la realización del Plan de Negocio detallado.



RECURSOS

- Modelo de Negocio Canvas.
- Ficha '**Ponlo en práctica en casa**' (EFI Test de Mercado - Taller).
- Pizarra y rotuladores.
- Folios y bolígrafos.



CONCLUSIONES

- Con el Modelo de Negocio Canvas completo, el Test de Mercado ejecutado y las principales hipótesis validadas, el partícipe debe sentir confianza en su idea de negocio, que ha reflexionado en todos los aspectos y que ya ha tenido su primer contacto con los clientes. Esto significa que el modelo es consistente, que está trabajado, y que se han identificado los puntos clave que lo hacen viable.
- Tras esta Cadena de Aprendizaje, el partícipe debe tener una idea clara del Modelo de negocio y una base sólida para construir su plan de negocio.
- El partícipe tendrá los conocimientos sobre el Modelo de Negocio Canvas para modificar los conceptos necesarios a fin de adaptar su idea de negocio según los resultados obtenidos en el Test de Mercado.
- El partícipe habrá adquirido los recursos necesarios para darse cuenta de aquellos puntos clave que tras el Test de Mercado debe modificar para que su idea de negocio resulte rentable.