



EL GRIAL

LA PROPUESTA ESTRELLA
CON LA QUE SUPERAR UN RETO

El Grial representa el elixir con el que seréis capaces de salvar a vuestro Inocente en peligro. Es decir, la propuesta con la que superar un reto satisfaciendo las necesidades reales de las personas afectadas por el mismo.

ADN

Una propuesta se determina a través de los elementos que componen su ADN y la definen de manera única.

No dispondréis de una propuesta completa hasta que no hayáis definido todos los elementos que forman su ADN.

Tener en cuenta que cualquier mínima variación en cualquiera de ellos puede suponer la diferencia entre el éxito o el fracaso.

Una propuesta puede tangibilizarse en un producto, servicio, proceso, solución, plataforma, negocio, proyecto personal y un largo etcétera.

Podéis utilizar el Tablero de Acción a lo largo del desafío para visualizar el progreso de búsqueda de vuestro Grial.

Colocar en el sector correspondiente del Grial de suposiciones no probadas una Ficha de Prueba por cada una de las ideas que componen la propuesta. Así podréis visualizar qué sectores están incompletos.

Rellenar únicamente la parte superior izquierda de la Ficha de Prueba con la idea. El resto dejarlo en blanco por el momento.



QUIÉN

SEGMENTO DE MERCADO

Personas que invierten tiempo y/o dinero a cambio de la propuesta.

CUÁNTO

FUENTE DE INGRESOS

Tiempo y/o dinero que recibiréis del segmento de mercado a cambio de la propuesta.

ESTRUCTURA DE COSTES

Tiempo y/o dinero necesarios para convertir en realidad todos los elementos que componen el ADN de la propuesta.

DÓNDE

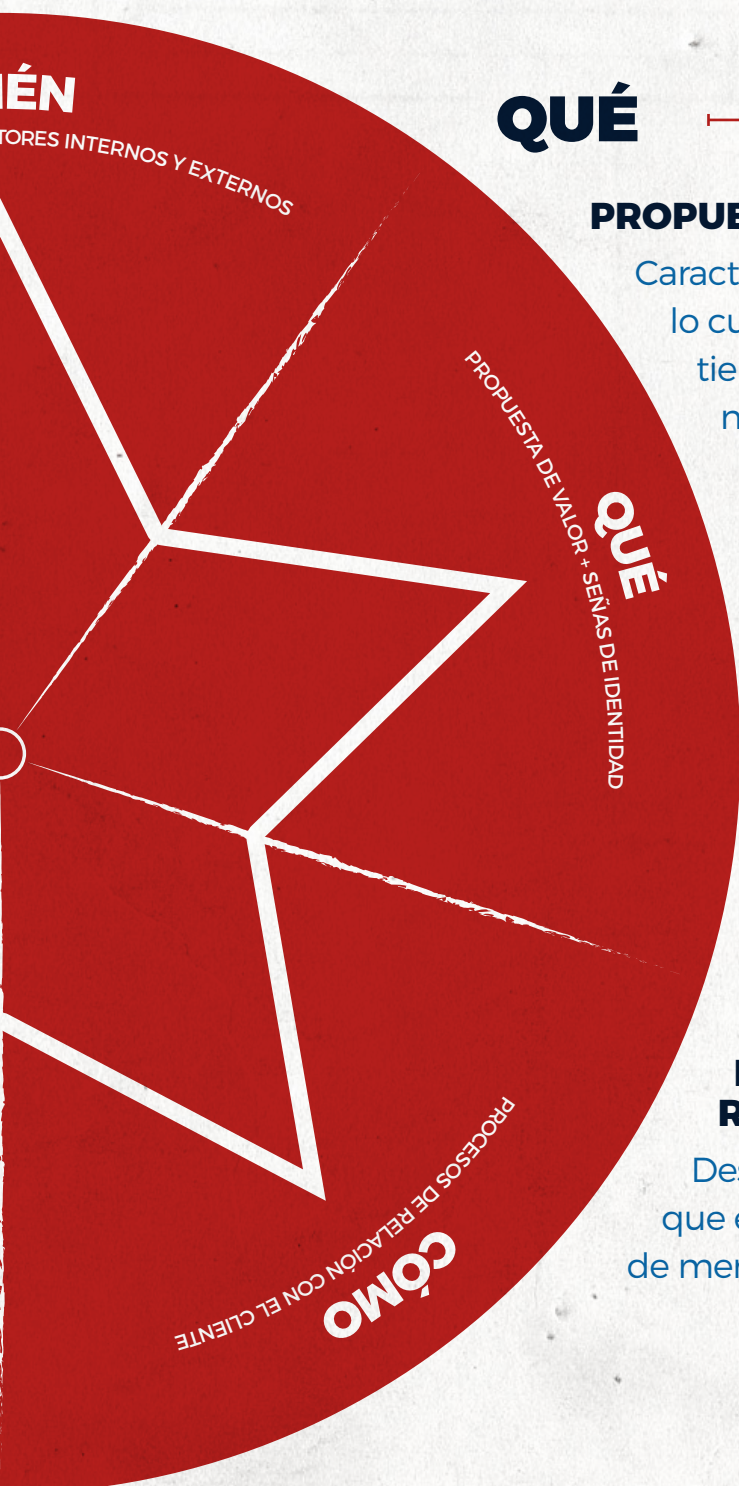
CANALES DE PROMOCIÓN, VENTA Y POSVENTA

Medios físicos y virtuales a través de los cuales el segmento de mercado puede informarse, evaluar, comprar, recoger, consumir y acceder al servicio posventa de la propuesta.



ACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

Personas que intervienen en cualquier fase o proceso relacionado con la propuesta.



QUÉ

PROPUESTA DE VALOR

Características clave de aquello a cambio de lo cual el segmento de mercado invierte tiempo y/o dinero para satisfacer sus necesidades.

SEÑAS DE IDENTIDAD

Elementos tangibles e intangibles a partir de los cuales el segmento de mercado es capaz de diferenciar una propuesta del resto.

CÓMO

PROCESOS DE RELACIÓN CON CLIENTES

Descripción de cómo actuaréis cada vez que exista un contacto entre el segmento de mercado y la propuesta.

CARACTERÍSTICAS DE UN GRIAL DE LEYENDA

FOCO FOCO FOCO

Un Grial de leyenda es una propuesta totalmente enfocada en satisfacer las necesidades de un cliente concreto aprovechando al máximo vuestras habilidades, competencias y recursos clave.

Maximizaréis vuestras oportunidades de éxito.

DIFERENTE

Un Grial de leyenda es una propuesta alternativa a lo que ya existe maximizando vuestras habilidades, competencias y recursos clave.

Reduciréis las posibilidades de ser copiados.

MEMORABLE

Un Grial de leyenda es una propuesta capaz de sellar un recuerdo en la mente de vuestros clientes. Pero sobre todo un recuerdo alineado con vuestros objetivos.

Facilitaréis que os recuerden y elijan en el momento adecuado.

VIABLE

Un Grial de leyenda es una propuesta soportada por un modelo de negocio de alto impacto.

Conseguiréis sostenibilidad en tiempo y dinero.

VALIDADA

Un Grial de leyenda es una propuesta probada con clientes reales antes de ser lanzada y con la menor inversión en tiempo y dinero.

Minimizaréis los fracasos evitables.