



# 1. Definición de tu idea

## PRÁCTICA 1

Antes de que lleguemos a preguntas sobre la profundidad de tu proyecto a través del estudio de dimensiones personales y profesionales, vamos a conseguir tener una base sobre la que empezar a trabajar. Te sorprendería saber cuántos proyectos han empezado su actividad sin tener el siguiente ejercicio claro. No tener definida tu idea no te bloquea para lanzarla, lo que ocurre es que después se convierte en un Frankenstein. Un proyecto inconcreto tiene dos peligros principales: que tiene tantas vías de inversión que para poder llevarla a cabo que necesitas de mucho presupuesto o que se ralentiza la fase de retorno de la inversión hasta que todas las vías de empiezan a dar sus frutos.

Si has decidido ponerte manos a la obra con este módulo es porque quieres hacer las cosas bien desde el inicio, así que ¡Prepárate para DEFINIR TU IDEA!

Lo que necesitamos ahora es que puedas escribir: Hazte con papel boli.

Si solo lo tienes en tu cabeza no va tener el mismo efecto.

Necesitas conectar con tu idea. Vamos a lo más básico. Nada sofisticado. De este ejercicio tan sencillo extraeremos la esencia de tu negocio. Menos es más aunque concretar en fases tempranas a veces se resiste.

Vamos a explicar a unx niñx de 6 años en qué consiste nuestro proyecto.

Necesitamos una estructura como la siguiente:

YO \_\_\_\_\_ (VERBO) \_\_\_\_\_ QUE (un grupo de personas concretas) \_\_\_\_\_ (actividad) \_\_\_\_\_ EN \_\_\_\_\_ (CONTEXTO)

No es tan fácil como parece. Es posible que necesites varios intentos para terminar de hacerlo. Vamos por partes.

▼ **YO +** Define la profesión con la que te identificas, con la que tengas experiencia

compro, fabrico, transformo, diseño, vendo, renuevo, enseño, mejoro, analizo, comparo, desarrollo.....(no vale decir "ayudo" quiero que des valor a lo que aportas con tu proyecto).

▼ **GRUPO DE PERSONAS CONCRETAS** = Piensa en un grupo de personas definido por una cualidad que sean felices con el resultado de consumir tu producto o servicio. De momento solo elige una de las cualidades, la que más les defina aunque puedas concretar más con otras dimensiones.

- ☐ definidas por edad: niños, mayores, adultos de mediana edad
- ☐ definidas por sus gustos: gamers, futboleros, activistas políticos, aficionados a la cocina.
- ☐ definidos por su profesión: profesores, cantantes, coaches, psicólogos.
- ☐ definidos por su necesidad: compradores de coches, personas con dermatitis, afectados por estrés, solter@s que quieren conocer nuevas personas, etc.....
- ☐ definidos por su grupo: familias, casados, parejas, amigos, residentes en pueblos, etc....

▼ **ACTIVIDAD** = ¿Qué acaban adquiriendo estas personas gracias a tu proyecto?

La resolución completa de esta dimensión nos llevará bastante tiempo más adelante. Ahora quiero que seas muy simple en tu respuesta, más bien generalista. Elige un verbo que englobe tu idea en su amplitud.

- ☐ aprendan a hacer, aprendan a elegir, aprendan a analizar, aprendan a.....
- ☐ disfruten construyendo, disfruten compartiendo, disfruten enseñando...
- ☐ conozcan a otras personas afines, se conozcan a sí mismos, conozcan una nueva manera de....

☐ les sea más fácil....les ahorre tiempo.....les ahorre dinero.....les ahorre esfuerzo.....

▼ **CONTEXTO** = ¿Cuál es tu ámbito de actividad?

☐ Trabajarás en terreno presencial con actividades definidas dentro de unos centros con características propias como= colegios, en residencias de ancianos, centros cívicos, gabinetes psicológicos, centros de aprendizaje especializado, etc....

☐ Trabajarás en terreno digital: has encontrado una oportunidad de negocio en terreno no presencial y quieres explorar esta opción (aunque ahora todavía no tengas la fórmula concreta que utilizarás).

☐ Trabajarás a caballo entre lo físico y lo telemático con precios diferentes: en este caso piensa si este es uno de los valores de tu servicio.

A continuación te mostramos algunos ejemplos del ejercicio terminado por marcas que tú conoces para que te puedas inspirar: Siguiendo el mismo ejercicio que has hecho tú verás cómo estas marcas, de sobra conocidas, llegan a sus conclusiones. Para que sea un ejercicio que te haga practicar en tu propia marca, intenta adivinarlo antes de dar a la flecha.

▼ **ESTA MARCA CONSIGUE QUE LOS AFICIONADOS A CUALQUIER DEPORTE PUEDAN VESTIRSE Y ADQUIRIR COMPLEMENTOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD**



▼ ESTA MARCA **PROPORCIONA SEGURIDAD EN LA COMPRA** DE CUALQUIER ARTÍCULO AL POR MENOR A TODOS LOS **USUARIOS DEL PRIMER MUNDO EN INTERNET**



▼ ESTA MARCA AUTORIZA QUE **MUJERES QUE SIENTEN CON CUERPOS IMPERFECTOS LO MIMEN Y CUIDEN CON LA MEJOR CALIDAD EN LA INTIMIDAD.**

# Dove



¿Ves como funciona de la misma forma para todos? En este ejercicio hemos desnudado a marcas para ponerlas al mismo nivel de la tuya, que ahora mismo está queriendo aparecer en el mercado. Es una cuestión del momento. Recuerda que no hay marca pequeña. Esta es la primera prueba que lo demuestra. Tranquila. Tendremos más ocasiones de demostrarte que tu proyecto está viviendo la transformación por fases que todas las marcas necesitan.