

DEFINE. DIFERENCIA. DEMUESTRA.

Canvas de propuesta de valor en una página.
Cinco secciones, veinte minutos.

Si no puedes llenar las cinco
secciones en veinte minutos, **no
tienes clara tu propuesta de valor.**

CINCO SECCIONES

UNA HERRAMIENTA DE TRABAJO

No es teoría. Es la base de todo tu marketing.

Este canvas te obliga a articular por qué alguien debería comprarte a ti y no a cualquier otro. No es un ejercicio teórico: es una herramienta de trabajo que debería informar tu copy, tu pricing, tus emails y tu pitch de ventas.

Bloquea veinte minutos sin interrupciones. Abre el canvas y escribe lo primero que te venga a la cabeza, sin filtro, sin editar. La primera pasada es para sacar las ideas. Después refinas.

ORDEN RECOMENDADO

Empieza por el problema, no por el segmento. Es más fácil definir al cliente cuando tienes claro qué dolor resuelves. Del problema saltas al segmento, luego a solución, diferenciador y prueba.

El canvas como filtro

Una vez completo, usa el canvas como filtro para todo tu marketing: si un mensaje no conecta con al menos una de estas cinco secciones, probablemente no debería existir. Revisa el canvas cada trimestre, porque tu propuesta de valor evoluciona con tu negocio.

Cinco secciones. Una página.

Llévalo a mano o imprime y escribe encima. Las preguntas son guía, no formulario.

01 · SEGMENTO

A quién le vendes exactamente.

¿Cargo, industria, tamaño? ¿Cómo decide la compra? ¿Dónde pasa su tiempo?

02 · PROBLEMA

Qué dolor resuelves.

¿Específico y medible? ¿Qué ha intentado antes? ¿Por qué no funcionó?

03 · SOLUCIÓN

Qué ofreces y cómo.

¿Una frase sin jerga? ¿Cómo lo entregas? ¿En qué formato y plazo?

04 · DIFERENCIADOR

Por qué tú y no otro.

¿Qué haces distinto? ¿Qué no pueden copiar fácilmente? ¿Qué replicaría tu competidor?

05 · PRUEBA

Evidencia de que funciona.

¿Resultados concretos? ¿Testimonios, casos, métricas? ¿Cuántos ya usan tu solución?

PARA TERMINAR

Léelo en voz alta.

Si suena genérico, no está listo. Si suena específico y concreto, ya tienes una base de trabajo para los próximos noventa días.

Tres movimientos concretos.

- 01 **Llena el canvas hoy.** Veinte minutos, sin interrupciones. Empieza por el problema, no por el segmento. Sin editar; deja que salga.
 - 02 **Léelo en voz alta a alguien que no te conozca.** Si te entiende en treinta segundos, está cerca. Si necesita explicación, todavía hay trabajo que hacer.
 - 03 **Usa el canvas como filtro toda la semana.** Cada email, cada post, cada CTA debería conectar con al menos una de las cinco secciones. Si no, no debería salir.
-
-