



El workbook de la disciplina de emprender

Bill Aulet

ISBN: **9788416624270**

Editorial: **LID Editorial**

Colección: **Acción Empresarial**

Idioma: **Español**

Páginas: **278**

Encuadernación: **Rústica**

Formato: **21x21 cm**

PVP papel: **24 euros**

PVP e-book: **14,99 euros**

#WorkbookBillAulet

La obra

El workbook de la disciplina de emprender es el manual práctico del libro que revolucionó el espíritu emprendedor: *La disciplina de emprender*. El primer libro de Bill Aulet repasaba los 24 pasos para lograr el éxito de una empresa. Este manual pretende servir de lectura complementaria ya que permite profundizar en las estrategias con las que poner en marcha un negocio con recorrido.

También explica las herramientas necesarias para agudizar tu instinto, comprometer tu creatividad, trabajar con dificultades y dar a la gente lo que quiere, incluso si no lo sabe. Está lleno de ejercicios prácticos y evaluaciones para determinar los puntos fuertes, señalar las áreas a reforzar y hacer realidad tus sueños empresariales.

Además aporta plantillas que puede aplicar cualquier *startup* y material adicional en versión electrónica en <http://www.disciplinedentrepreneurship.com/>



¡Tengo un avance tecnológico!

¡Tengo una idea!

¡Tengo una pasión!

Tres motivos para crear una empresa

El autor



Bill Aulet es el director del Martin Trust Center para el MIT Entrepreneurship y profesor titular en la escuela de negocios Sloan School of Management del MIT.

Antes de trabajar en el MIT tuvo una trayectoria empresarial de gran éxito durante 25 años, desde sus inicios en IBM hasta su etapa como emprendedor de diferentes sectores.

Trabaja con emprendedores, pequeñas empresas, grandes compañías y con gobiernos de todo el mundo para fomentar las empresas de innovación, y sus trabajos han sido publicados en medios como The Wall Street Journal, The Boston Globe o The Huffington Post.

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN AL PANORAMA DE LA DISCIPLINA DE EMPRENDER

PASO 0. ¿Por dónde empiezo? ¿Debería?

PASO 1. Segmenta el mercado

TEMA EXTRA. Guía práctica de investigación primaria de mercado

PASO 2. Selecciona un mercado inicial

PASO 3. Traza el perfil del usuario final para el mercado inicial

PASO 4. Calcula el tamaño del mercado total disponible (TAM) del mercado inicial

PASO 5. Describe al personaje del mercado inicial

PASO 6. Caso de uso de la vida útil del producto

PASO 7. Especificación de alto nivel del producto

PASO 8. Cuantifica la propuesta de valor

PASO 9. Identifica a tus próximos diez clientes

PASO 10. Define tu esencia

PASO 11. Fija tu posición competitiva

PASO 12. Determina la unidad de toma de decisiones del cliente (UTD)

PASO 13. Haz un esquema del proceso de adquisición de un cliente

TEMA EXTRA. Ventanas de oportunidades y activadores

PASO 14. Calcula el tamaño del mercado total disponible (TAM) de los próximos mercados

PASO 15. Diseña un modelo de negocio

PASO 16. Determina tu política de precios

PASO 17. Calcula el valor a largo plazo (VLP) de un cliente adquirido

PASO 18. Haz un esquema del proceso de ventas para adquirir un cliente

PASO 19. Calcula el coste de adquisición de un cliente (CAC)

PASO 20. Identifica los supuestos clave 221

PASO 21. Prueba tus supuestos clave 227

PASO 22. Define el producto mínimo viable de la empresa (PMVE)

PASO 23. Demuestra que los «perros se comerán la comida para perros»

PASO 24. Desarrolla un plan de producto

MÁS ALLÁ DE LOS 24 PASOS
¿Qué le falta a los 24 pasos?

RESPUESTAS A LOS EJERCICIOS

ÍNDICE ONOMÁSTICO



Para más información:
laura.diez@lideditorial.com
beatriz.raso@lideditorial.com
91 372 90 03