


E01 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Reducir Las Barreras al Mercado



Altas barreras para entrar como productor (licencias, inversiones iniciales, acceso a infraestructura, herramientas que usted necesita o procesos que necesita dominar) crean altas barreras para los consumidores. Una apertura a opciones más riesgosas, productores más baratos (menos profesionales) pueden ayudar a hacer crecer un mercado mayor.

Ej.: proveer acceso a infraestructura compartida de imágenes médicas (como *Medneo* está haciendo) puede abrir nuevas posibilidades a practicantes jóvenes, ayudándolos a hacer crecer su base de pacientes sin la necesidad de contar con infraestructura.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 01

E02 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Habilitar un Market Network con SaaS




Cuando una red de productores profesionales lida con un flujo de trabajo complejo - involucrando muchos partners - y no existe software como servicio (o una solución integrada) para potencializar el trabajo, hay una posibilidad para atraerlos a un espacio compartido de mercado de red (market network) donde capitalizar las relaciones.

Ej.: *Honeybook* provee una solución completa para los organizadores de eventos donde pueden conectarse, administrar y pagar a proveedores específicos de tercera parte para organizar grandes eventos.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 02

E03 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: COLA LARGA

Habilitar Personalización con Proveedores Independientes




Las experiencias disponibles en el mercado son muy uniformes, masificadas y no personalizadas (provistas en su mayoría por jugadores industriales). Existe la posibilidad de conectar productores de nicho con consumidores de nicho y apalancar proveedores independientes para posibilitar experiencias de calidad creciente.

Ej.: Al crear el concepto de mercado de aplicativos, *Apple* dio espacio al programador independiente para crear perfectas experiencias de smartphone personalizadas con aplicativos de nicho y con garantía de calidad.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 03

E04 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Crear una Nueva Profesión




Como hay fuerza de trabajo disponible para ser apalancada y potencial y talento son abundantes, usted puede ayudar a no-profesionales a profesionalizarse ayudando a emerger a un nuevo rol en el mercado.

Ej.: *Airbnb* creó varios nuevos trabajos profesionalizando hosts en *superhosts*, proveedores de experiencias, *housing concierges*, etc....

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 04

E05 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Piense Sin Límites



Cada vez que usted limita el alcance de su estrategia, se **auto impone** una limitación: siempre pregúntese si hace sentido o no. Si no hace, evítelo. Explore mercados adyacentes o geográficamente distantes, no limite su estrategia a involucrar una clase específica o tipo de participantes.

Ej.: ¿Por qué crear una estrategia de plataforma para movilizar el mercado de organizar partidos de futbol, y no incluir... voleibol?

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 05

E06 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Pare de Enfocarse en los Consumidores



Relaciones e interacciones son claves para la organización de la plataforma: no es suficiente enfocar en crear experiencias para los consumidores; usted necesita involucrar los productores para alcanzar impacto de escala. Más, un productor puede normalmente servir a varios consumidores.

Ej.: *Etsy* realmente cambió el mercado de joyería artesanal cuando comenzó a enfocarse en los artesanos.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 06

E07 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: COLA LARGA

Escalar la cadena de valor: Aumente el Nivel de los Ecosistemas



Si hoy usted provee un producto o servicio, explore el potencial de transformar sus clientes en participantes del ecosistema, escalando la cadena de valor por movilización del mercado que se encuentra en la parte superior de sus productos. ¡Siempre mire para arriba!

Ej.: Usted puede estar vendiendo un producto para navegar, por decir algo, ropas o comida - pero ¿por qué no organizar viajes de navegación, ¿regatas o aprender a navegar?

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 07

E08 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Permita que los Mejores Emergen



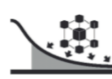
Cuando los productores compiten con servicios similares y no hay visibilidad de la reputación, esto genera una carrera hacia abajo: los servicios de los productores se pueden volver *commodities*. Permita que los mejores emerjan apalancando su reputación y diferenciando por calidad.

Ej.: Alquileres por periodos cortos ya existían antes de *Airbnb*: la empresa liberó el poder de las reputaciones de los hosts permitiendo que se apoyen en ellas, para atraer más y más inquilinos.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 08

E09 FASE: EXPLORACIÓN CAMADA: INFRAESTRUCTURA

Agregue Infraestructura Compartida



... relacionado con E1: reducir barreras al mercado

Si es necesario capital inicial para producir valor, si la infraestructura no es usada en su potencial máximo, y aún muchos productores necesitan invertir separadamente, entonces hay un potencial en crear infraestructura compartida y hacer crecer un mercado de servicios encima.

Ej.: *Airbnb* compartió un sistema de gestión de reservas, pagos y portafolio de propiedades que hizo que los alquileres cortos fueran atractivos para muchos más anfitriones: ahora, tal vez, anfitriones talentosos sin una casa o apartamento también tienen la posibilidad de generar valor.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 09

E10 FASE: EXPLORACIÓN CAMADA: INFRAESTRUCTURA

Desagregación de Activos



... relacionado con E1: reducir barreras al mercado

Activos y capacidades están accesibles en paquetes en el mercado, potencialmente debido a cuestiones jurídicas, políticas o apenas por comportamientos tradicionales, culturales. Hay una oportunidad en desagregarlos, creando liquidez, reduciendo el costo transaccional. Desagregar activos reduce el costo transaccional, haciendo que transacciones más pequeñas sean posibles.

Ej.: *Velox.Re* (entre otros, está tratando de desagregar el mercado de residencias (residencias son activos integrados con grandes limitaciones para comercializarlas, y altos costos de transacción) a comercialización fraccionada.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 10

E11 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Genere Efectos de Red Conectando Nichos



Cuando diferentes nichos de mercado no comparten un contexto común, impidiendo el Efecto de Red (Network Effect), existe el potencial de crear agregación que desfragmente las experiencias de los usuarios a través de diferentes nichos y multiplique las posibilidades para los productores de conectarse con los consumidores CIERTOS, y viceversa.

Ej.: *MyTaxi* integró la experiencia de Taxi a través de Europa: usuarios intensivos, como viajeros de negocios, acceden fácilmente a servicios de taxi sin necesidad de tener que descargar aplicativos locales. En este caso, *MyTaxi* ha conectado geográficamente nichos desconectados.

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 11

E12 FASE: EXPLORACIÓN CAPA: AGREGADOR

Transforme Competidores en Proveedores



Como productor de servicios, usted puede transformar competidores en proveedores, volviéndolos un agregador: usted debe conocer el trabajo de los productores muy bien y por lo tanto, ser capaz de construir una atractiva propuesta de valor.

Ej.: como un experimentado editor de libros - que conoce el proceso muy bien -, usted puede querer crear una plataforma para dar soporte a los autores en auto publicación (con servicios de editores, impresión, etc...)

CC BY NC ND Universidad babelteam HERRAMIENTA 12