Value Quantification

Traducir beneficio en valor económico o funcional.

- Propuesta de valor del cliente
- Cuantificación del valor
- Valor vs riesgo

Propuesta de valor del cliente

Habilidad: *Explicar qué valor concreto se crea para el cliente con la solución del startup.*

¿Por qué importa esta habilidad?

La propuesta de valor no es un slogan. Es la articulación específica de qué obtiene el cliente, para qué trabajo lo usa y por qué es mejor que la alternativa. Sin esto, la conversación comercial no avanza.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo puede completar un lienzo de propuesta de valor que conecta el problema del cliente, el trabajo que hace y el valor que crea la solución, con lenguaje del cliente y evidencia de discovery.

Errores comunes

- Escribir la propuesta de valor en términos de features técnicas.
- No conectar la propuesta de valor con el JTBD del cliente.
- Usar lenguaje de impacto sin cuantificar el valor.
- No validar la propuesta de valor con clientes reales.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Qué gana el cliente que hoy no tiene?
- ¿Qué deja de perder o de sufrir el cliente?
- ¿En qué es mejor esta solución que la alternativa que el cliente usa hoy?
- ¿Cómo describirías este valor en el lenguaje de una llamada de ventas?

Artifact requerido

? Lienzo de propuesta de valor del cliente

Propósito: Documentar la propuesta de valor conectando el JTBD del cliente con los beneficios y diferenciadores de la solución.

Card vinculada: Propuesta de valor del cliente

Instrucciones de desarrollo

1. En el lado del cliente: lista sus trabajos, dolores y ganancias esperadas.
2. En el lado de la solución: lista los productos/servicios, aliviadores de dolor y creadores de ganancia.
3. Identifica los tres a cinco elementos de mayor ajuste (fit) entre los dos lados.
4. Valida el lienzo con feedback directo de al menos tres clientes.

Estado esperado: Lienzo completado con los dos lados y el área de ajuste documentada y validada.

Criterios de revisión del Artifact

- Ambos lados del lienzo están completados.
- El ajuste está identificado con al menos tres elementos.
- El lenguaje es del cliente, no del equipo.
- Ha sido validado con clientes reales.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El lienzo está completo con los dos lados.
- El área de ajuste está identificada.
- La propuesta ha sido validada con clientes de discovery.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay propuesta de valor documentada.
En progreso	Hay una propuesta de valor genérica en lenguaje de producto.
Completo	El lienzo tiene los dos lados básicos completados.

Revisado	El ajuste está identificado y documentado.
Cumple estándar	La propuesta de valor es creíble y sobrevive conversaciones comerciales reales.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de discovery y ventas.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Dolor del cliente
- Cuantificación del valor
- El trato

Cuantificación del valor

Habilidad: *Expresar el valor creado para el cliente en métricas relevantes y verificables.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El valor que no se puede medir no se puede vender. Cuantificar el valor es lo que convierte una promesa vaga en un argumento comercial concreto que un decisor puede llevar a su comité de compra.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo puede decir: "Para un cliente típico del Beachhead, nuestra solución genera [X] de valor medido en [métrica]", con datos que respaldan ese número.

Errores comunes

- Inventar números sin base en datos reales.
- Usar una sola métrica de valor sin reconocer que los distintos compradores valoran métricas distintas.
- No separar el valor para el usuario del valor para el comprador económico.
- Confundir el valor creado con el precio cobrado.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Cuánto dinero ahorra el cliente por unidad, por mes o por año?
- ¿Cuánto tiempo ahorra el cliente?
- ¿Cuánto riesgo reduce y cuál es el costo de ese riesgo?
- ¿Qué indicador usa el cliente para medir el éxito de esta compra?

Artifact requerido

? Hoja de cuantificación de valor

Propósito: Documentar el valor creado en métricas del cliente con base en datos reales o estimaciones justificadas.

Card vinculada: Cuantificación del valor

Instrucciones de desarrollo

1. Elige las dos o tres métricas más relevantes para tu cliente (ahorro, ingresos, riesgo, tiempo).
2. Para cada métrica, estima el valor para un cliente típico del Beachhead.
3. Documenta la fuente de cada número: ¿es dato de cliente, benchmark del sector, o estimación del equipo?
4. Construye una frase de valor: "Para una empresa del tipo X, nuestra solución genera Y en Z meses".

Estado esperado: Hoja con dos a tres métricas de valor cuantificadas, fuentes documentadas y frase de valor construida.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos dos métricas de valor cuantificadas.
- Cada número tiene fuente documentada.
- La frase de valor es específica y verificable.
- El equipo puede defender los números en una conversación de venta.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La hoja tiene al menos dos métricas cuantificadas.
- Las fuentes de los números están documentadas.
- La frase de valor puede usarse en conversaciones comerciales.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ninguna cuantificación de valor.
En progreso	Hay estimaciones informales sin documentar.

Completo	La hoja tiene dos métricas con fuentes básicas.
Revisado	Las métricas son defendibles en conversaciones de venta.
Cumple estándar	El valor cuantificado se usa activamente en el pitch y en las conversaciones comerciales.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con datos reales de clientes a medida que el producto se despliega.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Propuesta de valor del cliente
- Precio basado en valor
- Cálculo de tCO2e

Valor vs riesgo

Habilidad: *Comparar los beneficios esperados de la solución con los riesgos percibidos por el cliente al adoptarla.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Un cliente puede entender el valor de la solución y aun así no comprar porque percibe demasiado riesgo. Mapear la ecuación valor-riesgo permite diseñar estrategias para reducir la fricción de adopción.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene una matriz que compara el valor creado con los riesgos percibidos por el cliente, y ha identificado las estrategias más efectivas para inclinar la ecuación hacia la adopción.

Errores comunes

- Ignorar los miedos del cliente porque "el producto es claramente mejor".
- No distinguir entre el riesgo del cliente individual y el riesgo institucional.
- Confundir los costos de cambio con el riesgo de adopción.
- No preguntar directamente al cliente qué le preocupa de adoptar.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Qué es lo que más le preocupa al cliente de adoptar esta solución?
- ¿Qué pasaría en su organización si la adopción falla?
- ¿Qué garantías o evidencias necesitaría para sentirse seguro?
- ¿Qué riesgo supera claramente el valor en la percepción del cliente?

Artifact requerido

? Matriz valor-riesgo de adopción

Propósito: Comparar el valor percibido con los riesgos identificados y definir estrategias de mitigación.

Card vinculada: Valor vs riesgo

Instrucciones de desarrollo

1. Lista los cinco beneficios más relevantes del lado del valor.
2. Lista los cinco miedos o riesgos más frecuentes del lado del riesgo.
3. Para cada riesgo, define una estrategia de mitigación (garantía, piloto, referencia, certificación).
4. Valida la matriz con conversaciones de discovery: ¿corresponde a los miedos reales?

Estado esperado: Matriz con valor y riesgo documentados, estrategias de mitigación definidas y validadas con clientes.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos cuatro beneficios identificados.
- Al menos cuatro riesgos identificados.
- Cada riesgo tiene una estrategia de mitigación.
- La matriz fue validada con clientes o potenciales clientes.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La matriz tiene valor y riesgo documentados con estrategias de mitigación.
- Ha sido validada con clientes.
- El equipo usa la matriz para diseñar el proceso de ventas.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay evaluación de riesgos de adopción.
En progreso	Los riesgos son conocidos informalmente pero no documentados.
Completo	La matriz tiene valor y riesgo básicos identificados.
Revisado	Las estrategias de mitigación están definidas.

Cumple estándar	La matriz guía el diseño del proceso de ventas y onboarding.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de ciclos de venta reales.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Costos de cambio
- Condiciones de compra
- Cuantificación del valor