



NOMBRE DE ALUMNA: ALONDRA ABADÍA BRAVO

NOMBRE DEL PROFESOR: VÍCTOR GONZÁLES SALAS

NOMBRE DE LA MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL TRABAJO: CAPÍTULO 4

GRUPO: 9°

PROPUESTA DE VALOR

Es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio

Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Se da una dinámica de interrelación entre el individuo y la creación de valor.

Descripción de la experiencia que recibirá el cliente dada la oferta de mercado de la compañía y de su relación con el proveedor de dicho bien o servicio.

GENERACIÓN DE IDEAS

El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.

La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta

El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos

Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece

Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

RECOMENDACIONES

Las marcas que establecen un estándar no siempre son marcas de lujo.

Los clientes invertirán en un producto o servicio de una empresa si éste ofrece algo diferente a lo de la competencia

Un producto es diferenciado si los consumidores perciben que obtienen algo de valor que otros productos no ofrecen

Dos productos o servicios con las mismas características pueden diferenciarse por su ubicación física

Si mantiene bajo el costo, sin sacrificar la calidad, el mercado percibe que un producto o servicio es mejor que el de la competencia.