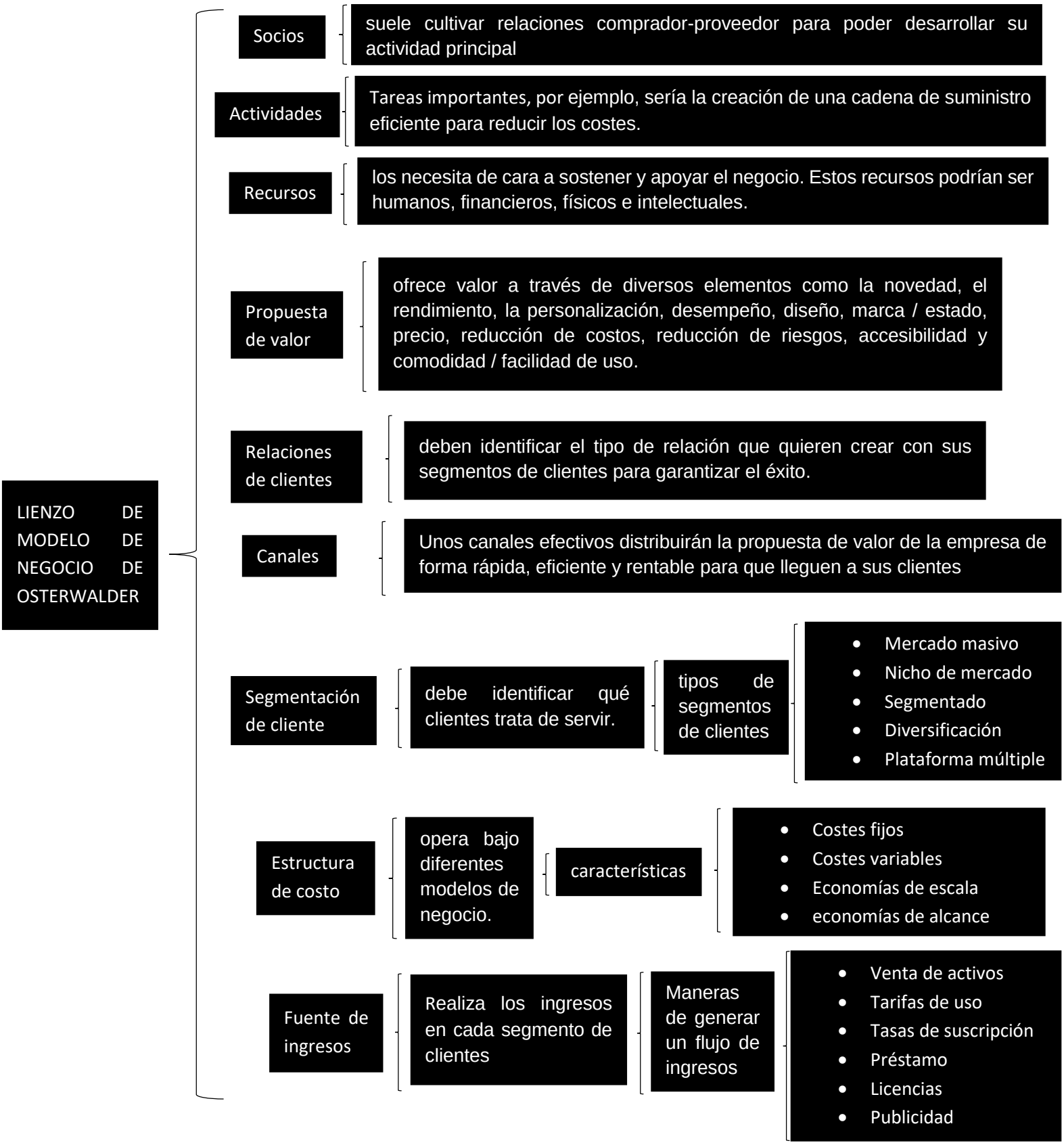
ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

GESTION DE EMPRESAS FAMILIARES

SERGIO EDUARDO LUCATERO

MIREILLE RODRIGUEZ ALFONZO


LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO DE OSTERWALDER
Socios
suele cultivar relaciones comprador-proveedor para poder desarrollar su actividad principal
Actividades
Tareas importantes, por ejemplo, sería la creación de una cadena de suministro eficiente para reducir los costes.
Recursos
los necesita de cara a sostener y apoyar el negocio. Estos recursos podrían ser humanos, financieros, físicos e intelectuales.
Propuesta de valor
ofrece valor a través de diversos elementos como la novedad, el rendimiento, la personalización, desempeño, diseño, marca / estado, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad y comodidad / facilidad de uso.
Relaciones de clientes
deben identificar el tipo de relación que quieren crear con sus segmentos de clientes para garantizar el éxito.
Canales
Unos canales efectivos distribuirán la propuesta de valor de la empresa de forma rápida, eficiente y rentable para que lleguen a sus clientes
Segmentación de cliente
debe identificar qué clientes trata de servir.
tipos de segmentos de clientes
Mercado masivo
Nicho de mercado
Segmentado
Diversificación
Plataforma múltiple
Estructura de costo
opera bajo diferentes modelos de negocio.
características
Costes fijos
Costes variables
Economías de escala
economías de alcance
Fuente de ingresos
Realiza los ingresos en cada segmento de clientes
Maneras de generar un flujo de ingresos
Venta de activos
Tarifas de uso
Tasas de suscripción
Préstamo
Licencias
Publicidad