



Nombre de alumno: Victoria Calvo Gutiérrez

Nombre del profesor: Aldo Irecta Najera

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9vo Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 04 de junio del 2020.

Propuesta del valor agregado y generación de ideas de negocio

La propuesta de valor

Por Metzgel y Donaire

Define la propuesta de valor

Como mezcla única de

Valores agregados
Productos
Servicios
Beneficios

Que la empresa ofrece a sus clientes

Por Fayole

Define que el emprendimiento

Es un proceso dinámico

De creación de valor incremental

Valor creado por

Individuos que toman riesgos

Debe cumplir

Características

Reflejar

Funcionalidad, servicio, imagen, la oportunidad, la calidad y el precio

Incluir

Información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.

Conocer

Las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador

Comunicar

Lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.

Ser lo suficiente

Simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.

Buscar la fidelidad

Depende de

Los elementos

Cualidades del producto

Refiere

A los beneficios que ofrece un producto

Relación con el consumidor

Es la respuesta de los clientes

Hacia

Producto/Servicio

Imagen y prestigio

Factores que atraen a un cliente

A

una empresa

Poter (1985)

Concepto de propuesta de valor

Lo llamó como cadena de valor

A través de ella

Se identifican

Los procesos a seguir dentro del negocio

Generación de ideas

El emprendedor

Requiere analizar

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 de valor, ya que es importante recibir realimentación directa y verídica.

El producto o servicio que ofrece al cliente

En términos de características o atributos de valor para el cliente.

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.