



Nombre del alumno: Karen Michelle Blakely Becerra

Nombre del profesor: Aldo Irecta

Nombre del trabajo: Nacimiento de la idea de negocio

Materia: Taller del emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9no

Grupo: Diseño gráfico

Comitán de Domínguez Chiapas a 03 de junio de 2020.

Nacimiento de la idea de negocio

Propuesta de valor

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

Características

- ❖ Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio
- ❖ Incluir información importante para los clientes
- ❖ Conocer y reflejar las características, visibles o no
- ❖ Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia
- ❖ Ser lo suficientemente simple y entendible
- ❖ Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios

Elementos

- ❖ Cualidades del producto
- ❖ Relación con el consumidor
- ❖ Imagen y prestigio

Etapas

- ❖ Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida
- ❖ Determinar una postura de valor para el producto
- ❖ Desarrollar la propuesta de valor total del producto

Generación de ideas

Hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren. A veces ni siquiera es necesario aportar nada nuevo en términos de tecnología o innovación en el producto o servicio, simplemente se trata de tener una estrategia que permita entrar en el mercado con ciertas ventajas que le brinden perspectivas de éxito

Analizar

- ❖ El mercado
- ❖ La experiencia que recibió el cliente
- ❖ El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor
- ❖ Las alternativas y las diferencias
- ❖ Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado

Categorías

- ❖ Mejor compra o menor costo total
- ❖ Vanguardia en el desarrollo de productos
- ❖ Ofrecer la solución a necesidades o gustos específicos de un segmento de población
- ❖ Acaparar a la mayor parte de compradores para dejar sin clientes potenciales a los competidores

Opciones

- ❖ Ofrecer mejor calidad
- ❖ Dar más por el dinero
- ❖ Lujo y aspiración
- ❖ Crear la necesidad de tenerlo
- ❖ Ofrecer lo mismo por menos
- ❖ Menos por mucho menos

- ❖ Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto
- ❖ Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien que cubra una necesidad que los ya existentes no puedan cubrir
- ❖ Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva
- ❖ Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor la capacidad para realizar el producto de una forma más eficiente
- ❖ Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados en los que antes no se distribuía

- ❖ Facilita el trabajo del cliente en algún aspecto
- ❖ Algunas propuestas de valor satisfacen por completo nuevas necesidades que los consumidores no percibían antes
- ❖ Mejora el desempeño o rendimiento del producto o servicio
- ❖ El producto o servicio se adapta a las necesidades específicas de un consumidor

