



Nombre de alumnos: Eli Samuel Herrera
Aguilar

Nombre del profesor: Aldo Irecta Nájera

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico

Materia: Taller del Emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas.

unidad II

Propuestas de valor

Característica

Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes. Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.

Cadena de valor por porter

Es un concepto muy importante, ya que a través de ella se identifican los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.

Plan estratégico según zimmerer

una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

Clave del éxito

es desarrollar una ventaja competitiva única, que le permita crear valor para los consumidores y que le sea difícil de emular a la competencia.

Emprendimiento según fayolle

el emprendimiento se trata de crear valor

Generador de ideas

Preguntas que Alex Osborn propone para generar ideas

¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.

El emprendedor requiere 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 para el cliente, Las alternativas y las diferencias, Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

elementos de propuesta de valor y éxito

Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto, Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien, Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva, Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor, Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados en los que antes no se distribuía.

Elementos relacionados con el cliente

Características del mercado potencial. Necesidad que cubrirán. Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca. Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia. Políticas de atención y servicio. A qué precio se venderá, si es posible compararlo con la competencia. Características de las personas vendedoras o puntos de venta, así como tipo de atención que se dará en el proceso de venta. Canal o canales de distribución. Servicios de posventa.