

ADMINISTRACION ESTRATEGICA

PRESENTA EL ALUMNO:

ERIK JOSUE NIEVES SANTIZO

TRABAJO: SUPER NOTA

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

7mo. Cuatrimestre Administración de empresas

FRONTERA COMALAPA A 17 OCTUBRE 2021

CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Más que nada para hacer una creación de una ventaja competitiva a través de:

Estrategias de negocios de los cuales uno de ellos es la formulación de modelo de negocios: necesidades de los clientes y diferenciación de producto en este punto más que nada se da a conocer que es importante saber es que el cliente se vaya satisfecho con la compra de un producto de dicha empresa uso ven la calidad de producto y otro más impórtate es el precio.

Formulación del modelo de negocios: grupos de clientes y segmentos de mercado: los grupos de clientes son personas que comparten la necesidad por un producto necesario de dicha empresa como ejemplo una venta de celulares claro que unos prefieren el celular más reciente y más caro, otros más corrientes y otros por el tipo de lujo del celular que se da en dicha empresa.

Hay 3 planteamientos para la segmentación del mercado el primero es que la empresa más que nada es no reconocer la existencia del producto y hacerle el promedio casual al cliente más que nada en lo común. La segunda es reconocer los distintos grupos de clientes en lo particular y la tercera es que la empresa debe de sacar varios productos distintos y ver qué productos elige los clientes dentro de la empresa.

Implantación del modelo de negocios: creación de competencias distintivas: para desarrollar este modelo de negocios son las estrategias para dichas ventas pues ¿Cómo? En diferenciar y checar los precios de los productos y las estrategias más que nada ofrecer lo que tiene el producto para así ponerle un precio justo en lo que se da más que nada...

Posicionamiento competitivo y estrategias empresariales

Liderazgo en costos: es el conjunto de medidas que una empresa lleva a cabo con el objetivo de contar con unos costos de producción más bajos que los de la competencia, consiste en vender muy barato, y ganarle a la competencia por ofrecer precios bajos. Ejemplos de esto son una empresa de, lápices Bic. Para poder vender muy barato, las empresas necesitan

producir grandes cantidades para aprovechar las economías de escala y así poder reducir sus costos.

Las opciones estratégicas para las empresas son si tengo un negocio de ropa comprar por mayoreo si es una empresa muy extensa maso menos de 100 prendas de cada una así la empresa mayor de esa marca da descuento por ese tipo de mayoreo y más que nada venderlo un poco más barato que otras empresas y recibiendo buenas ganancias y es parte de una estrategia para subir bien en el negocio.

Opciones estratégicas: invierte sus recursos para ganar una ventaja competitiva por su innovación superior, excelente calidad y capacidad de respuesta hacia los clientes y las consecuencias que se En ese ese punto estratégico es la perdida de productos o si alguien logra descomponer el producto y más que nada perdería ganancias la empresa y claro el responsable de este caso.

En las empresas siempre se diferencian por el tipo de cliente, más que nada se basan mucho a las personas con muchos recursos, pero también obviamente por generación de ventas igual al contrario venden a las personas que no tiene más recursos como las personas que no son como los ricos.

Dinámica del posicionamiento competitivo

En este punto las empresas hacen dinámicas especiales para que los clientes consuman ese producto como por ejemplo en las Sabritas dan promociones como canjear códigos y pueden ganarse un carro o algo en especial de hecha empresa si lo da pero solo 1 en la república mexicana pero obviamente vendiendo y vendiendo y con las ganancias lo que salga lo de un carro obviamente lo compran y el premio no se ha dado ya después ya lo dan pero al vender millones de productos de Sabritas así es en la coca y la Pepsi y hasta en la cerveza, y en las tiendas igual rifan por ser cliente y es parte de una dinámica del posicionamiento competitivo y obviamente que la competencia no se quiere dejar atrás.