Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Sánchez Moreno Alondra Jacqueline

Nombre del tema: Implantación del modelo de negocios

Parcial: 3ra unidad

Nombre de la materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Reyes Molina Andrés Alejandro

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 9° cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 10 de julio de 2022.

UNIDAD III IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

UNIDAD 3

- Propuesta de valor
  - la importancia de propuesta de valor que tiene en un negocio
    - describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores
  - La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire
    - como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. Además, comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico
  - debe cumplir con las siguientes características
    - 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.
    - Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador
    - Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.
    - Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
  - el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas
    - Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida
    - Determinar una postura de valor para el producto, tal como más por más, más por lo mismo, lo mismo por menos
    - Y por último, desarrollar la propuesta de valor total del producto, en la que se debe responder a la pregunta del cliente
  - los atributos de los productos y servicios
    - que generan la propuesta de valor, están relacionados con la funcionalidad, la calidad, la oportunidad y el precio de acuerdo al Grupo Kaizen (2005).
- Generación de ideas
  - las ideas tienen que ver con el producto
    - a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio (por ejemplo las tiendas que venden todos los productos a 10 pesos)
  - Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor
    - es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn propone para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?
  - El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado
    - 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
    - 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.
  - elección de alguna de las categorías propuestas por Kaplan y Norton
    - Mejor compra o menor costo total: consiste en fijar precios económicos (bajos), buena calidad y servicio.
    - Vanguardia en el desarrollo de productos: colocar como productos líderes a los más novedosos.
    - Llave en mano: ofrecer la solución a necesidades o gustos específicos de un segmento de población.
    - Cautiverio: busca acaparar a la mayor parte de compradores para dejar sin clientes potenciales a los competidores.
  - 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.
  - no debe olvidar tener clara la respuesta a esta serie de preguntas
    - ¿Por qué compra mi cliente?
    - ¿Qué lo hace ser fiel a una marca?
    - ¿Qué espera mi cliente?
    - ¿Cómo ve mi cliente a mi empresa?
    - ¿Cómo le gusta ser tratado a mi cliente?
- Modelo de negocio
  - describe
    - la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.
  - un modelo de negocio podría ser
    - un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma. Una estructura que será ciertamente útil y eficaz
  - el desarrollo del modelo entre los más recomendados se encuentran
    - · Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
    - · Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
    - · Análisis técnico-operativo.
    - · Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
    - · Análisis financiero.
  - importancia de un modelo de negocio
    - para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.
  - comprenden los aspectos que se enlistan
    - Seleccionar a sus clientes.
    - Segmentar sus ofertas de producto/ servicio.
    - Crear valor para sus clientes.
    - Conseguir y conservar a los clientes.
    - Salir al mercado (estrategia/canales/ logística/distribución).
    - Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
    - Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
- Características de los modelos de negocios
  - Bajos costos
    - para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia
  - Innovación y diferenciación
    - en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.
  - La diferenciación o innovación
    - debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente
- Características de los modelos de negocios
  - El modelo de negocio proporciona
    - información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios
  - Los principales elementos que componen a un modelo de negocio
    - Propuesta de valor
      - se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto, que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.
    - Segmento de mercado
      - es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades
    - Estructura de la cadena de valor
      - posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.
    - Generación de ingresos y ganancias
      - forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
    - Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)
      - identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.
    - Estrategia competitiva
      - manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.
- Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa
  - Propuesta de valor
    - es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia
  - Nombre de la empresa
    - es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas.
  - Descripción de la empresa
    - El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía
  - Ubicación y tamaño de la empresa
    - permite determinar el medio ambiente cercano a ésta. Una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un poblado pequeño

Bibliografía

Antología taller del emprendedor

XMind | Trial Mode