

# CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

**FORMULACIÓN DE MODELO DE NEGOCIOS: NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO.**

LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES SON LOS DESEOS, GUSTOS O ANTOJOS QUE SE PUEDEN SATISFACER MEDIANTE LOS ATRIBUTOS O CARACTERÍSTICAS DE UN PRODUCTO.

DOS FACTORES DETERMINAN EL PRODUCTO  
1. LA FORMA EN QUE UN PRODUCTO SE DIFERENCIA DE OTROS DE SU TIPO DE MANERA QUE SEA ATRACTIVO PARA LOS CLIENTES  
2. SU PRECIO

**FORMULACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS: GRUPOS CLIENTES Y SEGMENTOS DE MERCADO**

• **SIN SEGMENTACION DEL MERCADO: EL PRODUCTO SE DIRIGE AL CONSUMIDOR PROMEDIO**

• **SEGMENTACIÓN INTENSA DEL MERCADO: SE OFRECE UN PRODUCTO DIFERENTE A CADA SEGMENTO DEL MERCADO**

• **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO ENFOCADA: SE OFRECE UN PRODUCTO A UNO O POCOS SEGMENTOS DEL MERCADO**

**IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS: CREACIÓN DE COMPETENCIAS DISTINTIVAS**

PARA DESARROLLAR UN MODELO DE NEGOCIOS EXITOSO ADMINISTRADORES ESTRATÉGICOS DEBEN IDEAR UN CONJUNTO DE ESTRATEGIAS PARA DETERMINAR

- 1) CÓMO DIFERENCIAR Y FIJAR EL PRECIO DE UN PRODUCTO,
- 2) EN QUÉ MEDIDA SEGMENTAR EL MERCADO Y QUÉ TAN AMPLIA SERÁ LA VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS.