



Nombre de alumno: Dana Belén Rivera Escobar

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: Administración estratégica

Grado: 7mo. Cuatrimestre. Administración y estrategias de negocios

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 29 de noviembre de 2022

Formulación de modelo de negocios

Necesidades de los clientes y diferenciación de producto

Consiste en

Deseos, gustos o antojos que se pueden satisfacer mediante los atributos o características de un producto, un bien o un servicio

Factorizado por

La forma en la que un producto se diferencia de otro

El diseño atractivo del producto y su precio

Logrando

Que la organización sea competitiva e innovadora en los productos y servicios que le ofrece a su clientela

Grupos de clientes y segmentos de mercado

Se refiere a

Conjuntos de personas que comparten una necesidad semejante por un producto en particular; dicho producto satisface varios gustos y necesidades

Contando con

Metodología

Tomar la decisión de no reconocer la existencia de segmentos del mercado y hacer un producto dirigido al cliente promedio o usual

La compañía se decide por reconocer las diferencias entre los grupos de clientes y elabora un producto cuyo objetivo es la mayoría o todos los segmentos del mercado

La compañía podría elegir como objetivo uno o dos segmentos del mercado y dedicar sus recursos a desarrollar productos para los clientes de estos segmentos

Nos lleva a

Implantación del modelo de negocios

Creando

Competencias distintivas que obligan a los administradores a implantar nuevos modelos de negocios rentables que ofrezcan al cliente productos con el mayor valor posible; manteniendo viable la estructura de costos

Implicando

Decidir cómo invertir el capital para generar y dar forma a las competencias distintivas que darán como resultado una ventaja competitiva basada en más eficiencia, calidad, innovación y capacidad de respuesta hacia los clientes