



Mi Universidad

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Mendez Gonzalez

Nombre del alumno: Mayra Soledad Lopez Lopez

Nombre de licenciatura: Enfermería

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

Grupo: B semiescolarizado

Pichucalco, Chiapas a 18 de julio del 2023

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece

El objetivo finales

Esperamos lograr con las acciones e iniciativas y orienta el foco del contenido y los mensajes



Objetivos del Marketing

Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Esto se logra

Partiendo de las necesidades que tienen los clientes, para luego diseñar, poner en práctica y controlar todas las actividades de comercialización más oportunas para la empresa



Investigación del mercado

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Es la herramienta que sirve para

Herramienta para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático de la información de mercados con el fin de mejorar



Estudio del mercado

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Su objetivo es

Conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Las 4 P's

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.

Significa

Producto, precio, punto de venta y promoción. De acuerdo con la teoría del marketing mix, estas 4 "P" son los componentes básicos de cualquier campaña de marketing exitosa



Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

Esto se logra un

El resultado final de un proceso de producción es el producto, el cual puede ser un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor.



Elementos de producción

El diseño debe especificar en qué consiste el producto o servicio, hacer una descripción detallada del mismo e incluir dimensiones, colores, materiales y otras características que lo definen.

Se divide en

Cuatro elementos principales: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Según el autor, estos son los cuatro componentes básicos para cualquier estrategia



Elementos de organización

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la Empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

Desde entonces

Esta teoría se ha ampliado a los siete elementos del marketing, que son los siguientes: producto, precio, promoción, lugar, personas, embalaje y proceso.



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Propuesta de valor

Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

El objetivo es

Darle al cliente una idea clara, concisa y transparente de cómo un negocio en particular puede ser relevante para él



Generación de ideas

Ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

Existen

Varios enfoques para cada paso del proceso que se pueden elegir en función de lo que sea mejor para tu empresa y tus empleados.



Modelo de negocios

Forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

Es la herramienta que sirve para

La empresa crea, capta y entrega valor a sus clientes, según Alex Osterwalder. No se limita a la estrategia para generar ingresos y beneficios, sino que pone en el centro al cliente



Características de los modelos de negocios

Es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias. Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de "secreto" que los diferencia de otros



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Bajos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.

El objetivo final es

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia



Innovación y diferenciación

Debe de ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto

Para lograr

Diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.



Elementos de los modelos de negocios

Proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios

Es la herramienta que sirve para

La oportunidad de negocio, la capacidad de ejecución del emprendedor y su equipo, y un plan estratégico detallado y realista, son los elementos



Naturaleza del proyecto

Elementos que la componen. La naturaleza de un proyecto consta de una serie de secciones: Descripción del proyecto

Su objetivo es

a idea exacta: tipo, clase, ámbito que abarca, contexto en el que se ubica desde el punto de vista de la organización



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Justificación de la empresa

Demuestra las razones por las cuales se emprende un proyecto. Responde a la pregunta: ¿Por qué se necesita este proyecto?

El objetivo final es

Que el Negocio dirige toda la toma de decisiones relacionadas con el proyecto



Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

Tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia

Para lograr

la promesa de valor que un cliente espera recibir por parte de una empresa



9 Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa

Herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones. Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo "interno

Consiste en

Realizar una lista con las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para facilitar la toma de decisiones a futuro

