

Mi Universidad

Nombre Del Alumno: Fabiola Ruiz Abarca

**Nombre del Profesor: Víctor Manuel
Martínez Pérez**

Materia: Administración Estratégica

**Licenciatura: Administración Y Estrategias
de Negocios**

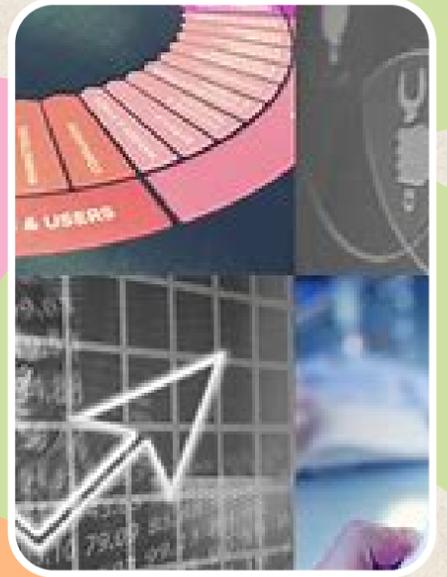
Parcial: 4to

Cuatrimestre: 7mo

CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

POSICIONAMIENTO COMPETITIVO Y MODELO DE NEGOCIOS

Se refiere a la estrategia que una empresa utiliza para diferenciarse de sus competidores y establecer una posición única en el mercado. Esto implica identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas del mercado, para crear una ventaja competitiva sostenible.



TIPOS DE POSICIONAMIENTO COMPETITIVO:

1. ***Liderazgo en costos*:** Ofrecer productos o servicios a precios más bajos que los competidores.
2. ***Diferenciación*:** Ofrecer productos o servicios únicos y diferentes a los de los competidores.
3. ***Enfoque*:** Concentrarse en un nicho de mercado específico y ofrecer productos o servicios especializados.

MODELO DE NEGOCIO

Es la forma en que una empresa crea, entrega y captura valor para sus clientes y accionistas. Describe la lógica subyacente de la empresa y cómo genera ingresos y beneficios.



COMPONENTES CLAVE DE UN MODELO DE NEGOCIOS:

1. ***Propuesta de valor*:** La oferta única que la empresa hace a sus clientes.
2. ***Segmento de mercado*:** El grupo específico de clientes a los que se dirige la empresa.
3. ***Canales de distribución*:** La forma en que la empresa entrega su propuesta de valor a los clientes.
4. ***Relaciones con los clientes*:** La forma en que la empresa interactúa con sus clientes.
5. ***Flujos de ingresos*:** La forma en que la empresa genera ingresos.
6. ***Estructura de costos*:** La forma en que la empresa gestiona sus costos.
7. ***Recursos clave*:** Los recursos necesarios para que la empresa opere.
8. ***Actividades clave*:** Las actividades necesarias para que la empresa opere.

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

La formulación de un modelo de negocios requiere una comprensión profunda de las necesidades de los clientes y la diferenciación del producto.



CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

FORMULAR UN MODELO DE NEGOCIOS EFECTIVO:

1. **Identifica a tus clientes**: Define quiénes son tus clientes objetivo y qué características tienen.
2. **Investiga sus necesidades**: Realiza encuestas, entrevistas o grupos focales para entender qué problemas o necesidades tienen tus clientes.
3. **Prioriza sus necesidades**: Clasifica las necesidades de tus clientes en orden de importancia y urgencia.
4. **Desarrolla un perfil de cliente**: Crea un perfil detallado de tus clientes, incluyendo sus necesidades, preferencias y comportamientos.



TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIO

- Modelo de negocio de cebo y anzuelo
- Modelo de negocio Eyesballs
- Modelo de negocio multicomponente
- Venta de productos virtuales
- Modelo de negocio freemium
- Modelo de negocio B2B
- Modelo de negocio B2C
- Modelo de negocio SaaS

MODELO DE NEGOCIOS

1. **Define tu modelo de ingresos**: Determina cómo generarás ingresos con tu producto o servicio.
2. **Establece tus canales de distribución**: Define cómo llegarás a tus clientes y cómo entregarás tu producto o servicio.
3. **Desarrolla tus relaciones con los clientes**: Define cómo interactuarás con tus clientes y cómo mantendrás relaciones a largo plazo.
4. **Establece tus recursos clave**: Identifica los recursos necesarios para operar tu negocio, como personal, tecnología o infraestructura.

4.1.2. FORMULACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS: GRUPOS CLIENTES Y SEGMENTOS DE MERCADO

La formulación del modelo de negocios requiere una comprensión profunda de los grupos de clientes y los segmentos de mercado.



GRUPOS DE CLIENTES

1. *_Identifica tus clientes_*: Define quiénes son tus clientes objetivo y qué características tienen.
2. *_Clasifica tus clientes_*: Agrupa a tus clientes en categorías según sus necesidades, comportamientos o características.
3. *_Analiza las necesidades de tus clientes_*: Investiga qué problemas o necesidades tienen tus clientes y cómo puedes satisfacerlas.
4. *_Prioriza tus clientes_*: Clasifica a tus clientes según su importancia y valor para tu negocio.

SEGMENTOS DE MERCADO

1. *_Identifica tus segmentos de mercado_*: Define los grupos de clientes que comparten características similares y necesidades.
2. *_Analiza las características de tus segmentos de mercado_*: Investiga la demografía, comportamiento, necesidades y preferencias de cada segmento.
3. *_Prioriza tus segmentos de mercado_*: Clasifica a tus segmentos de mercado según su importancia y valor para tu negocio.
4. *_Desarrolla estrategias para cada segmento de mercado_*: Crea planes para satisfacer las necesidades y preferencias de cada segmento.

