



Súper nota.

Nombre del Alumno: Norma Valeria Rodríguez Galindo.

Nombre del tema: Creación de una ventaja competitiva mediante una estrategia de negocios

Parcial: 4ª unidad.

Nombre de la Materia: Administración estratégica.

Nombre del profesor: Víctor Manuel Martínez.

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios.

Cuatrimestre: 7to cuatrimestre.

CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.

POSICIONAMIENTO COMPETITIVO Y MODELO DE NEGOCIO

¿Qué es el posicionamiento competitivo?

“El lugar que una marca ocupa, o que aspira a ocupar, en la mente de su consumidor”.

Es una estrategia que busca que una empresa o producto tenga una posición única y valiosa en el mercado.

Los pilares del posicionamiento competitivo:

1. **Liderazgo de costes:** Esta estrategia se basa en ofrecer productos o servicios a un precio más bajo que los competidores, manteniendo al mismo tiempo un nivel aceptable de calidad.
2. **Diferenciación:** en lugar de competir en precio, una empresa puede buscar diferenciarse a través de características únicas de sus productos o servicios.
3. **Enfoque:** esta estrategia implica concentrarse en un segmento de mercado específico o en un grupo particular de clientes.

Beneficios del posicionamiento competitivo:

Diferenciación en el mercado: Al elegir una estrategia de posicionamiento, una empresa puede destacar y diferenciarse de sus competidores.

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

La formulación de un modelo de negocios es el proceso mediante el cual una empresa define cómo va a generar valor para sus clientes y cómo va a obtener ingresos. Dentro de este proceso, dos elementos clave son:

1. **Necesidades de los clientes:** Esto implica identificar y comprender las expectativas, deseos y problemas que los consumidores buscan resolver a través de los productos o servicios de la empresa. Un modelo de negocios efectivo se enfoca en satisfacer estas necesidades de manera eficiente y relevante, asegurando que la oferta esté alineada con lo que los clientes realmente valoran.
2. **Diferenciación de producto:** Este aspecto se refiere a cómo el producto o servicio que ofrece la empresa se distingue de los competidores en el mercado. La diferenciación puede ser en términos de calidad, diseño, características únicas, precio, tecnología, experiencia de usuario, entre otros. La idea es que el producto sea percibido como único o superior, lo que permite a la empresa destacar y atraer a los clientes frente a otras alternativas disponibles.

La formulación de un modelo de negocios involucra entender las necesidades del mercado y, a partir de esa comprensión, diseñar una oferta que se diferencie de manera significativa para lograr ventajas competitivas y asegurar la viabilidad a largo plazo de la empresa.



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

¿Qué es el cliente?

Es aquel que adquiere los productos o servicios de un negocio. persona o entidad que adquiere los productos o servicios de una empresa para satisfacer una necesidad, resolver un problema o complacer un deseo.

Clasificación más común según el estatus:

1. **Cientes actual:** son aquellos que te compran periódicamente, bien sean empresas o particulares.
2. **Cientes activos:** Son aquellos que hacen compras con cierta frecuencia y que lo hicieron recientemente o en un periodo de tiempo establecido en la empresa.
3. **Cientes inactivos:** son clientes que han realizado compras, pero fuera del periodo establecido por la empresa.
4. **Cientes potenciales:** son aquellos que no han realizado compras a la empresa, pero que han mostrado interés a través de la solicitud de información.

Otra clasificación:

Cientes top: generan un volumen de ventas muy por encima de la medida.

Cientes grandes: Clientes que generan un volumen de ventas medio alto.

Cientes medios: Generan un volumen de ventas medio.

Cientes Bajos: Su volumen de ventas están muy por debajo del promedio



<https://soluciones-reales.es/estrategia-de-posicionamiento-competitivo/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20el%20Posicionamiento%20Competitivo,del%20resto%20de%20su%20competencia>.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/importancia-de-los-clientes/>

Apuntes tomados en clases .