

Tendencias y Modelo de negocio

Sesión 2: Empreendeaventura Benidorm 2016



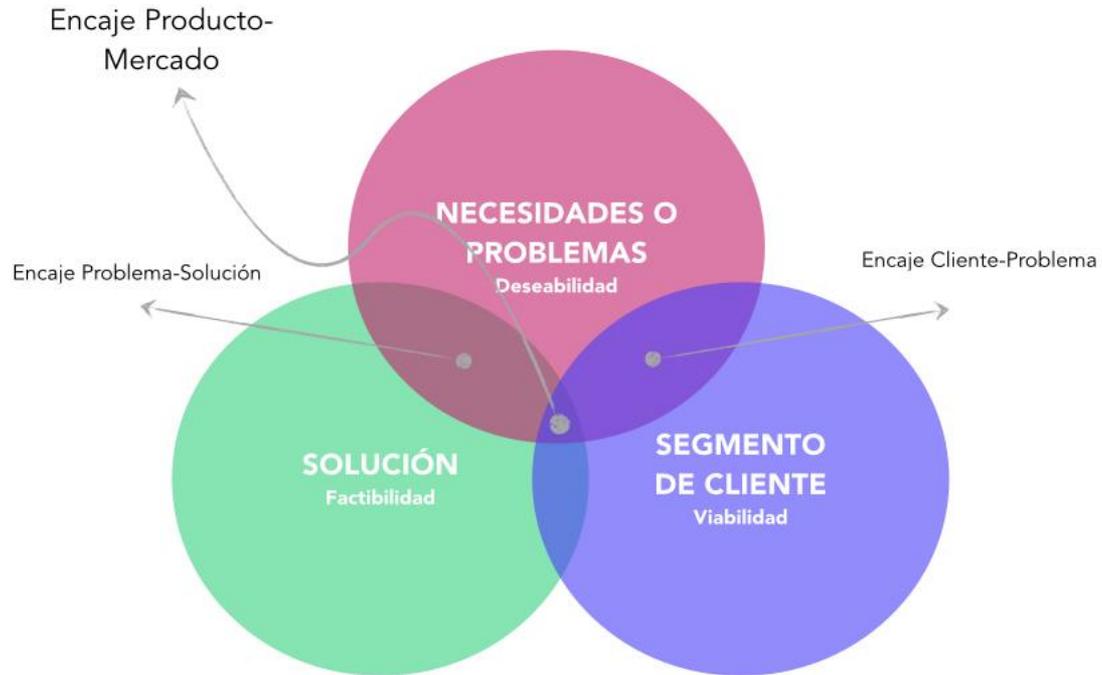


Concepto de valor

La capacidad de un producto o de servicio para cumplir con la necesidades de las partes interesadas en un momento determinado y en ciertas circunstancias

Encaje de Mercado

EDV design v.05



Diseñado por Advenio www.advenio.es

Esta obra está diseñada bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional

Comprar comodidad



Brand activism: *consumo y progreso*



Influencers



Sharing economy: Compartir



Millennials



Ciberseguridad



Impresoras 3D



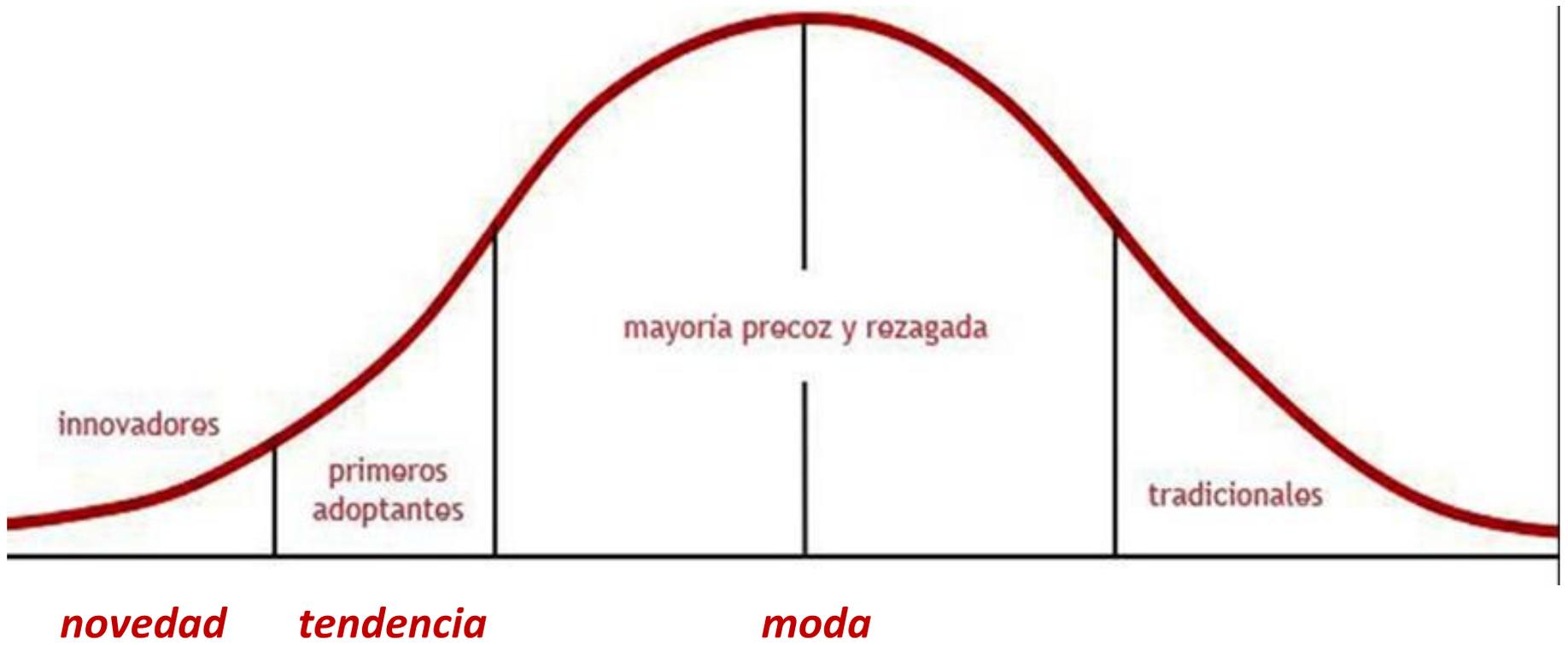
Drones



e salud



Geoffrey Moore , “*Crossing the Chasm*” 1991.



Tipos de mercados

Existente

Clientes: Los conocemos

Competencia: Muchos

Riesgos: No tener marca, no valor

Resegmentado

Clientes: Los conocemos

Competencia: Pocos Ok!!

Riesgos: La diferencia no tiene valor

Nuevos

Clientes: No conocemos

Competencia: No existe

Riesgos: Evangelizar

Clon

Clientes: Los conocemos

Competencia: No existe

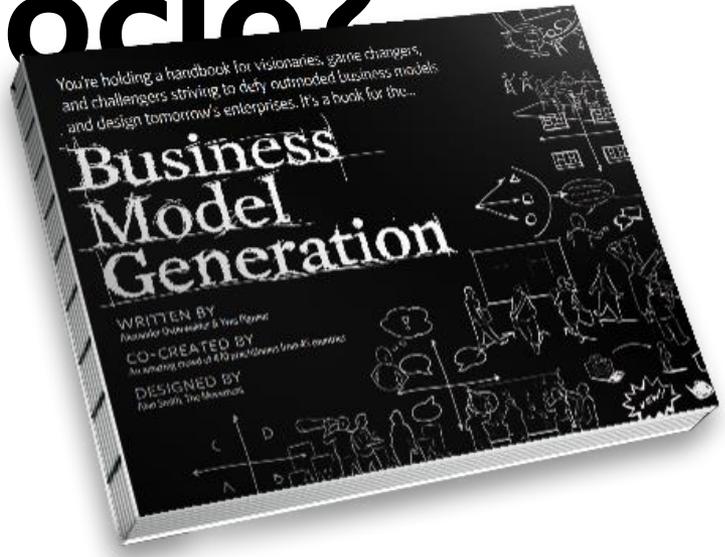
Riesgos: Adaptación local



Como diseñar el

modelo de negocio?

El método de lienzo de Alex Osterwalder

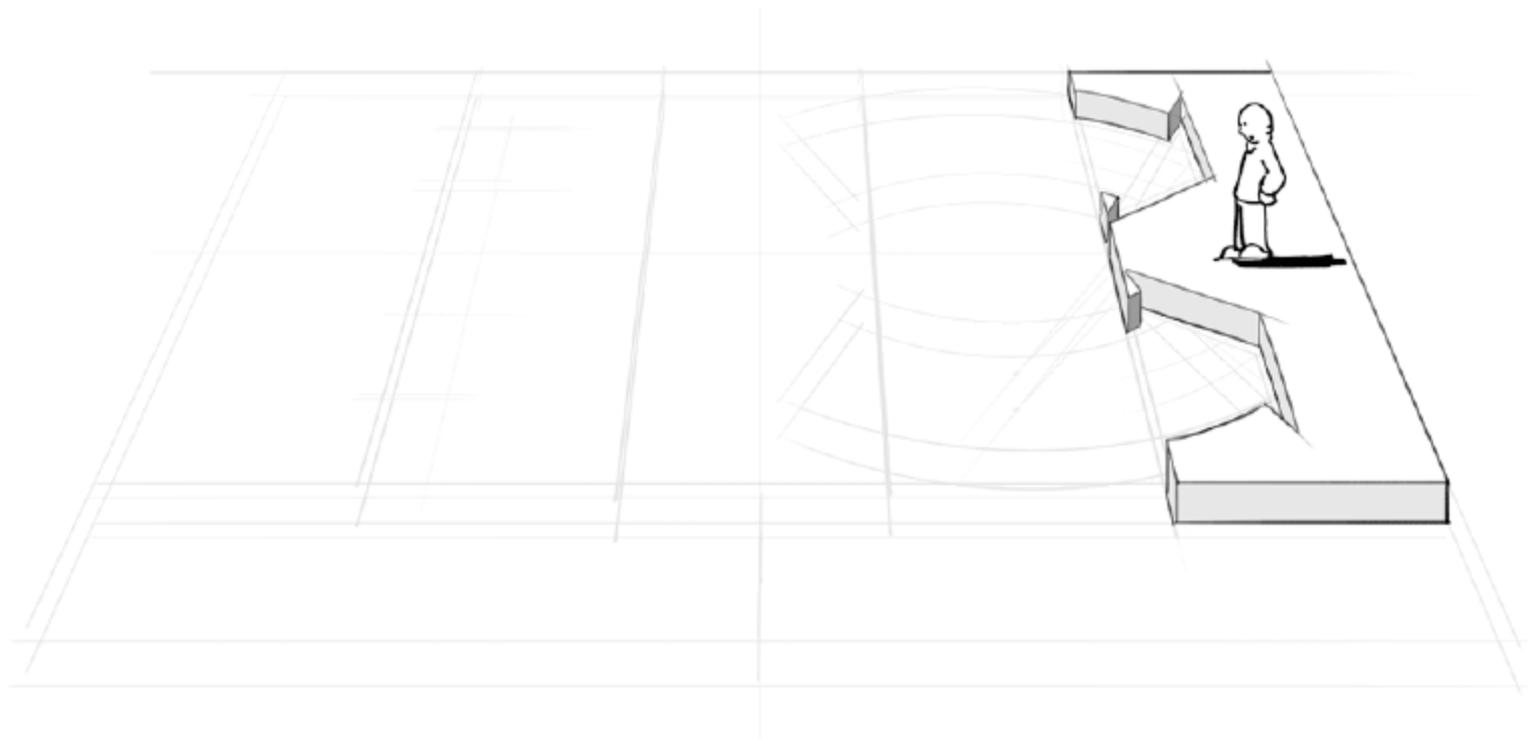


9

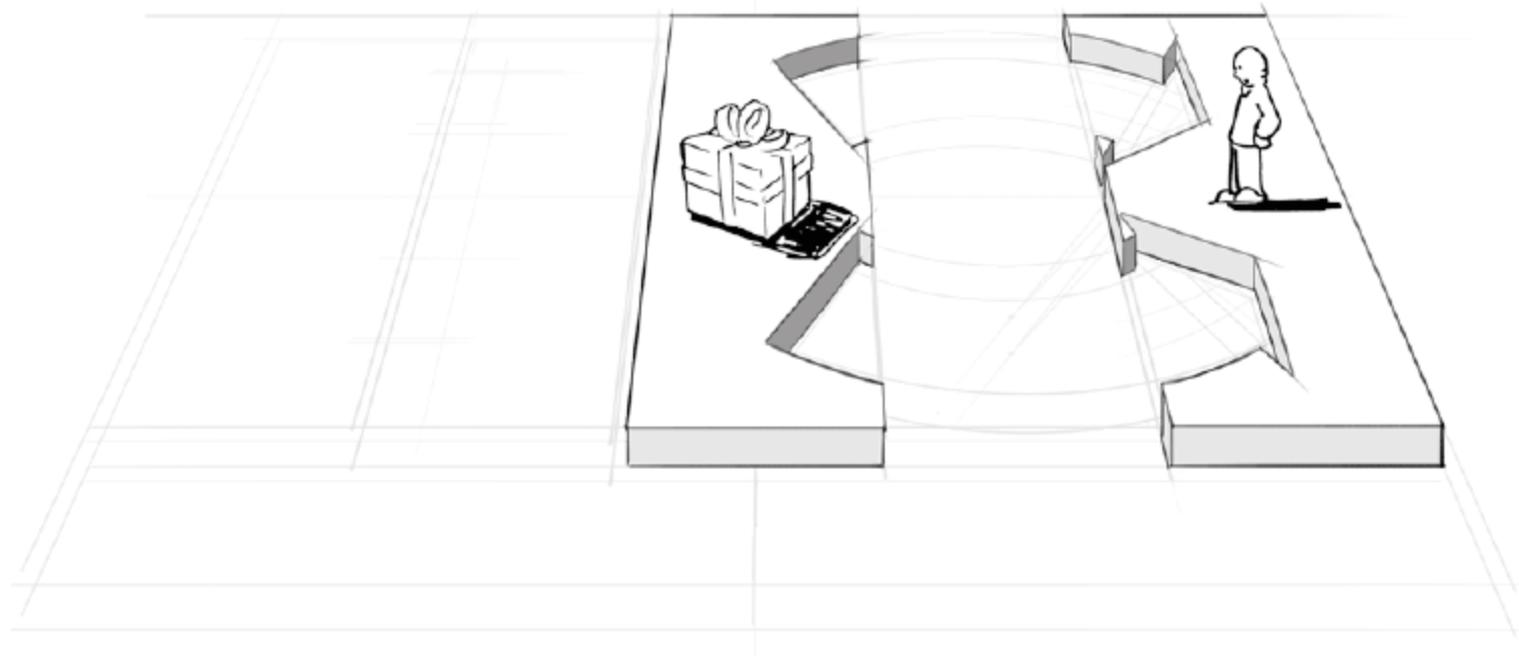
Bloques de construcción



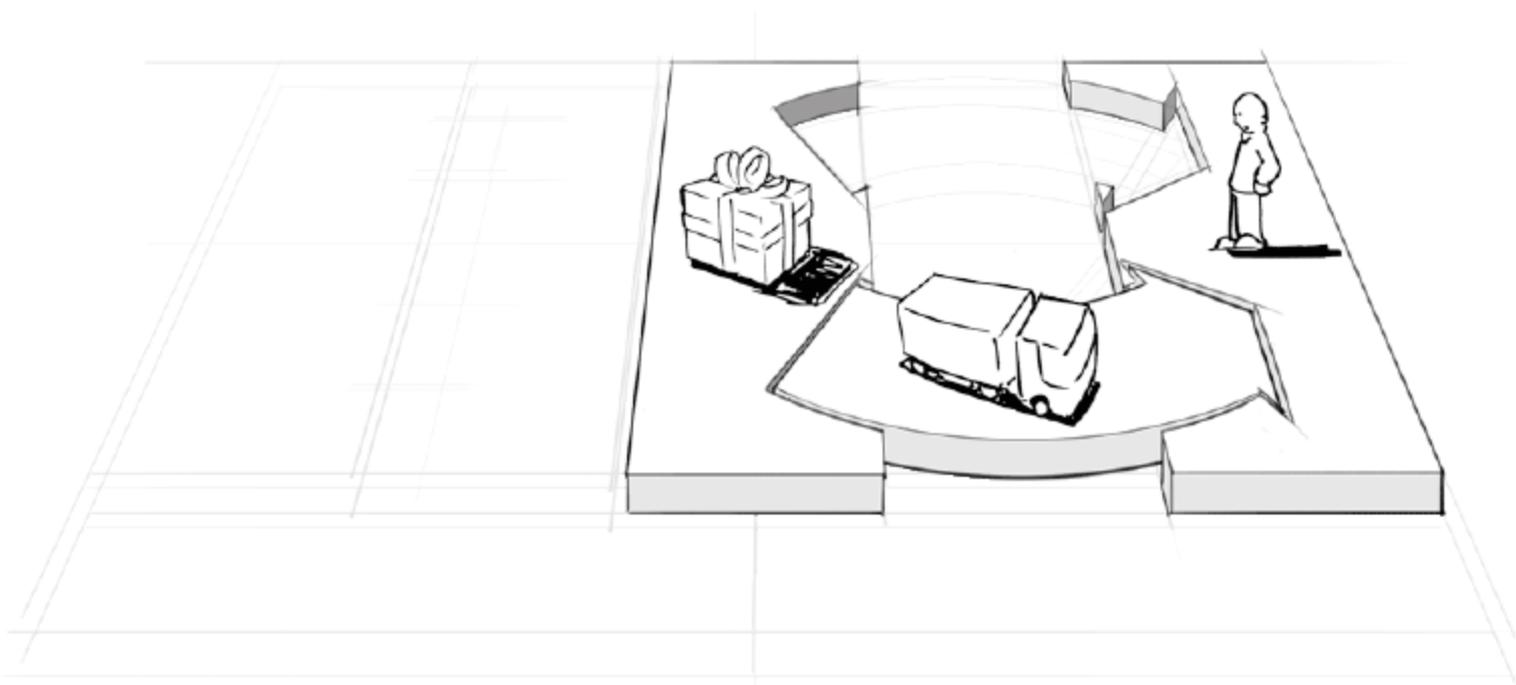
Segmentos de clientes



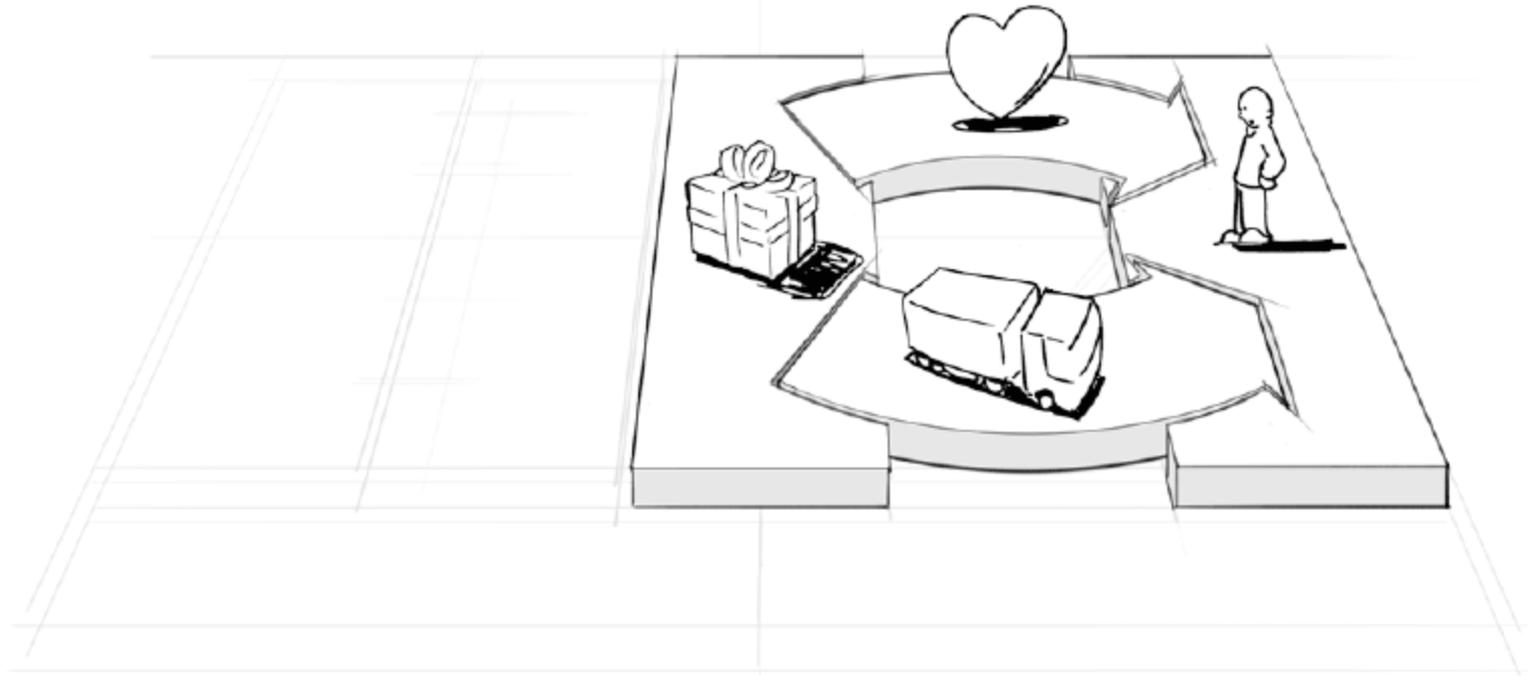
Propuestas de valor



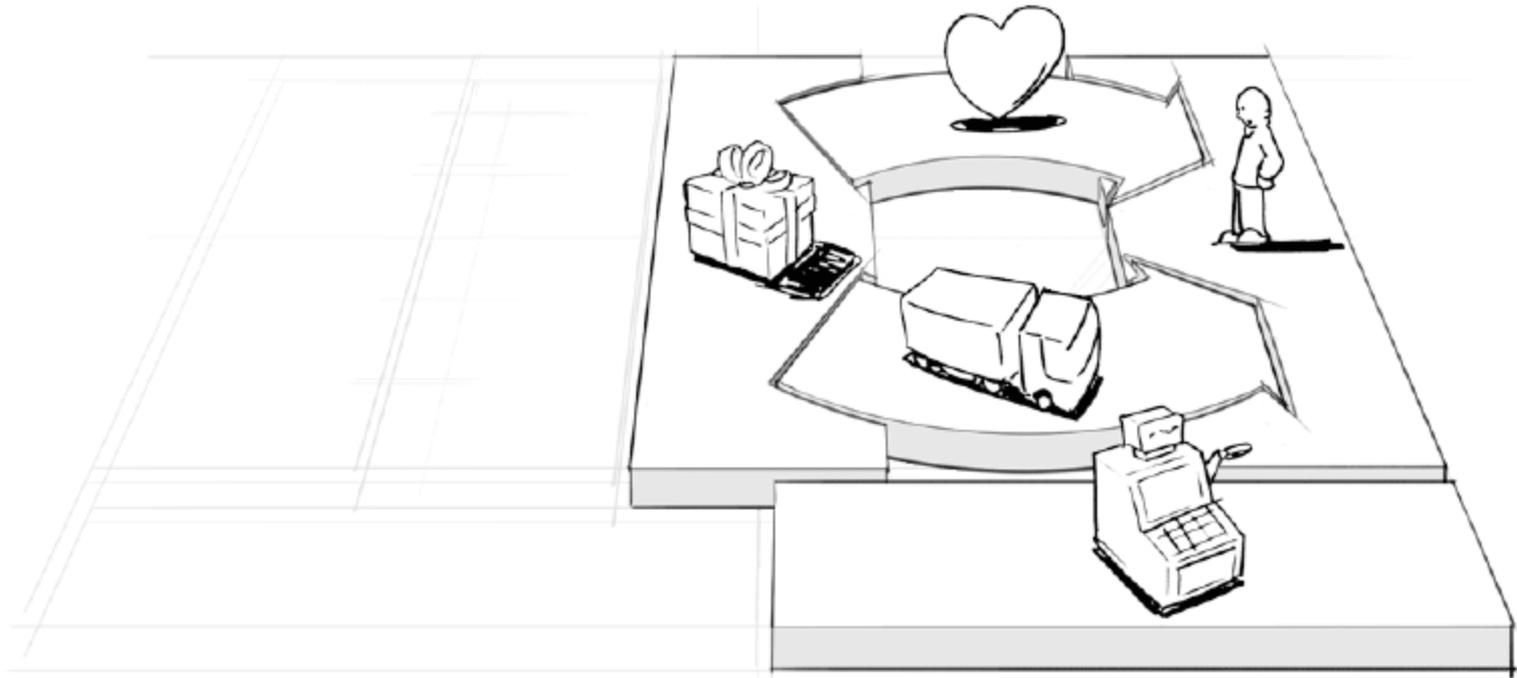
Canales de distribución y comunicación



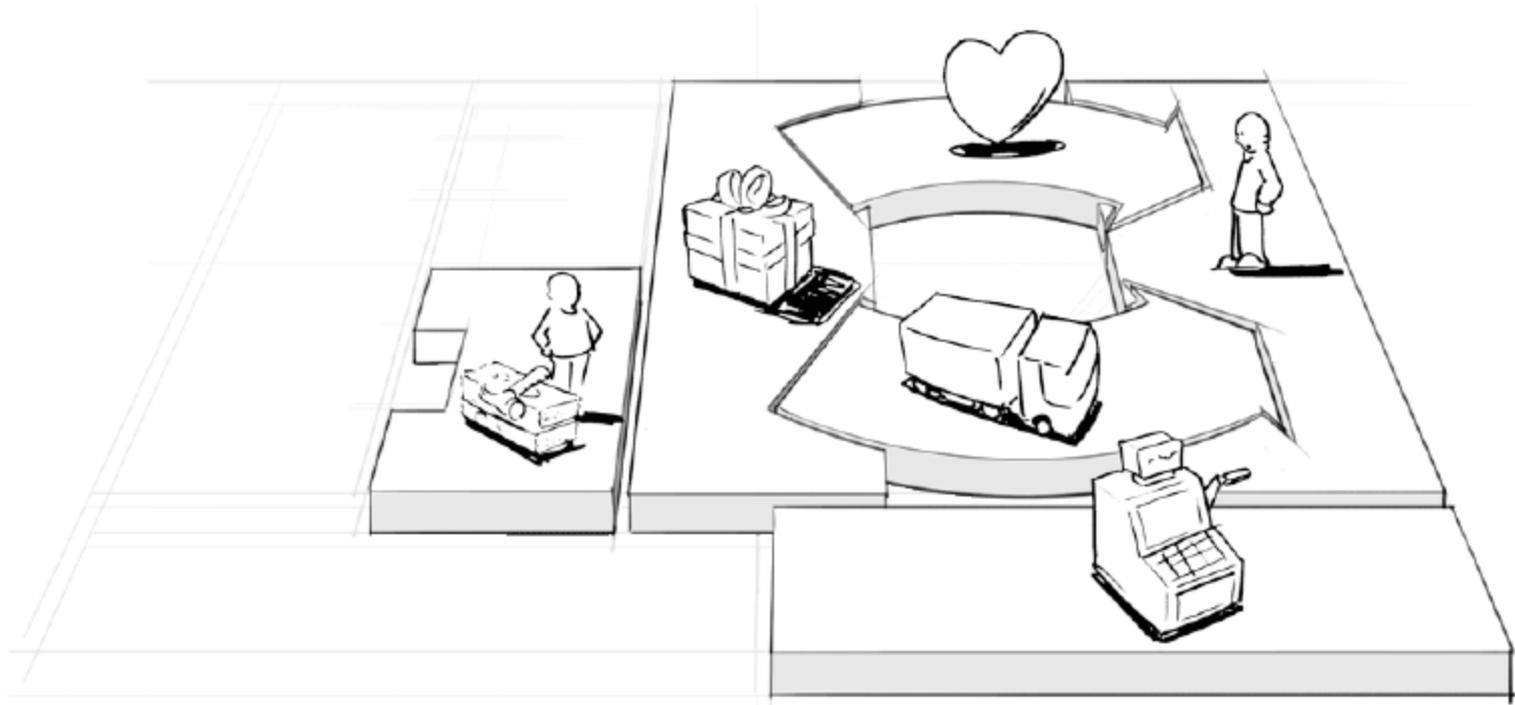
Relación con el cliente



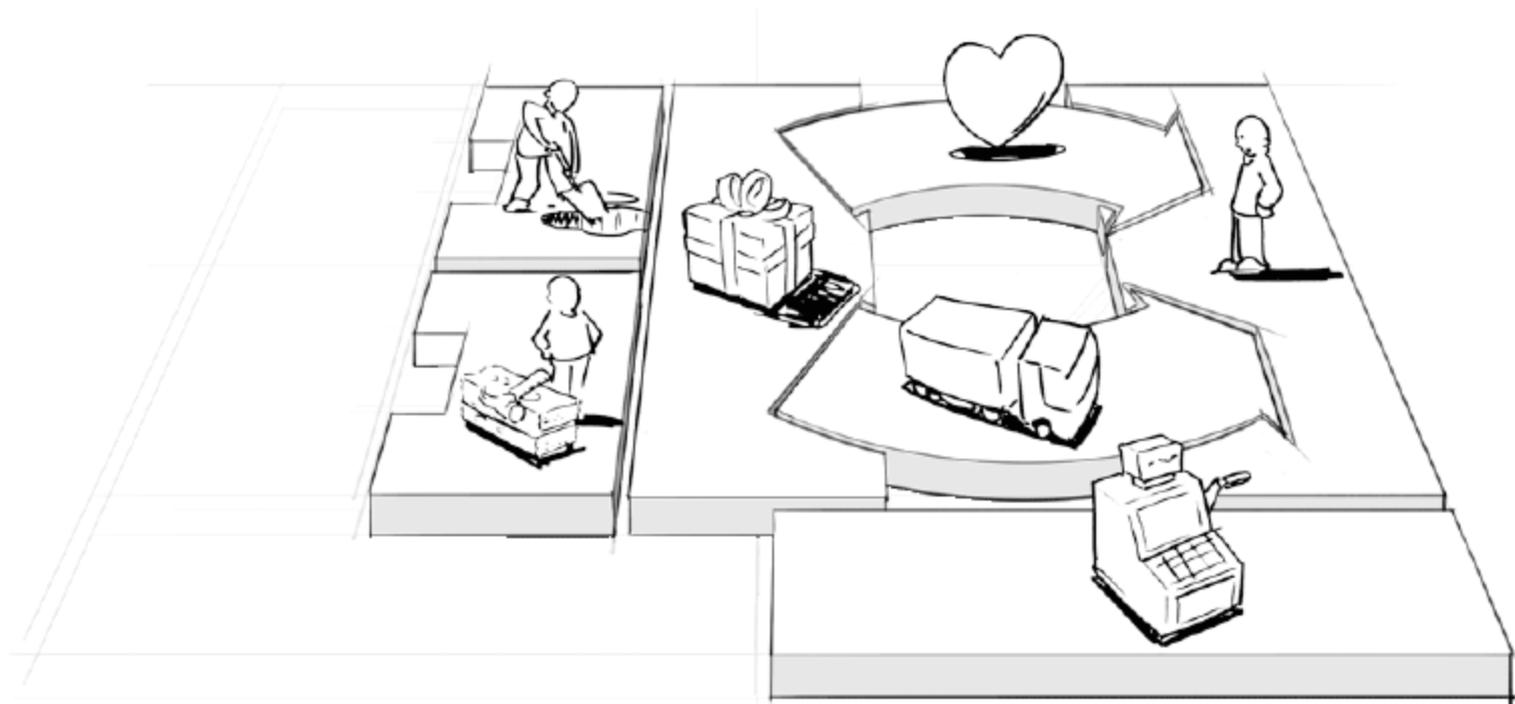
Flujos de ingreso



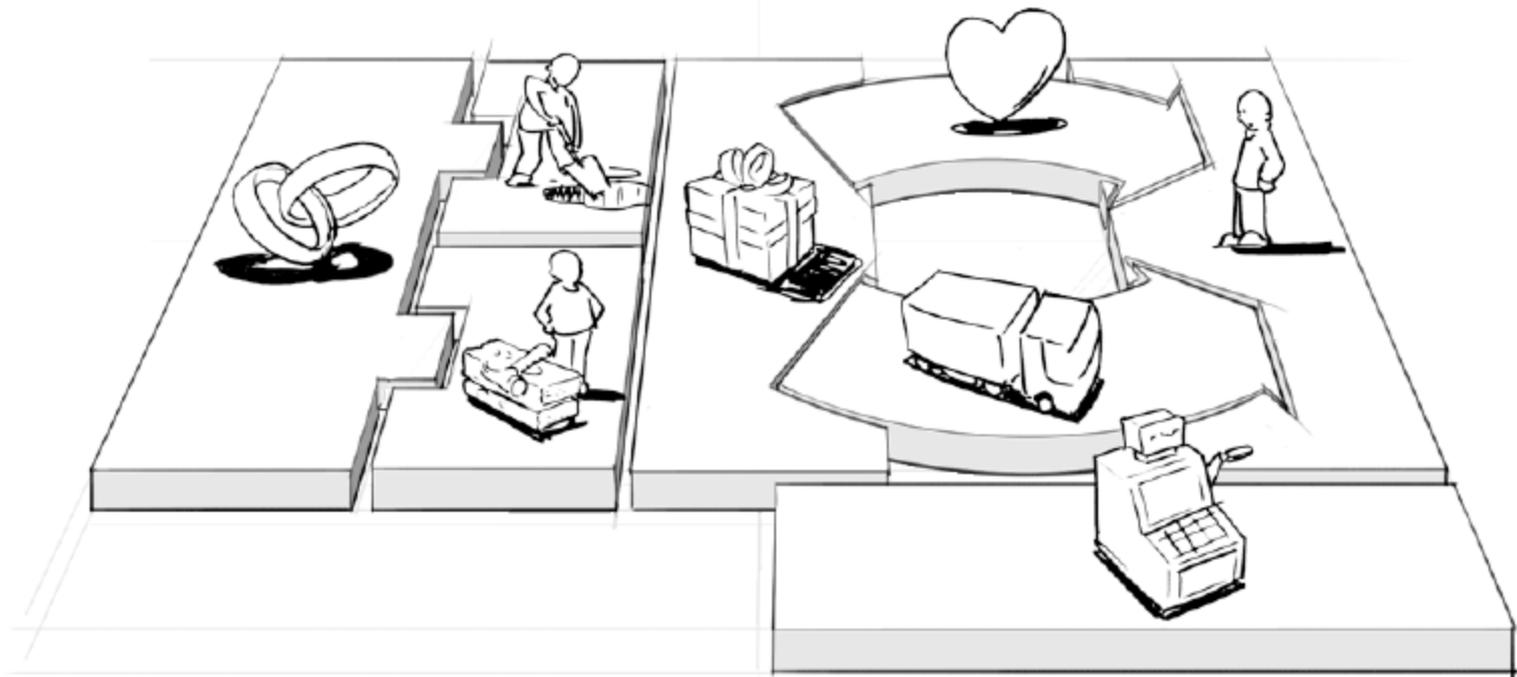
Recursos clave



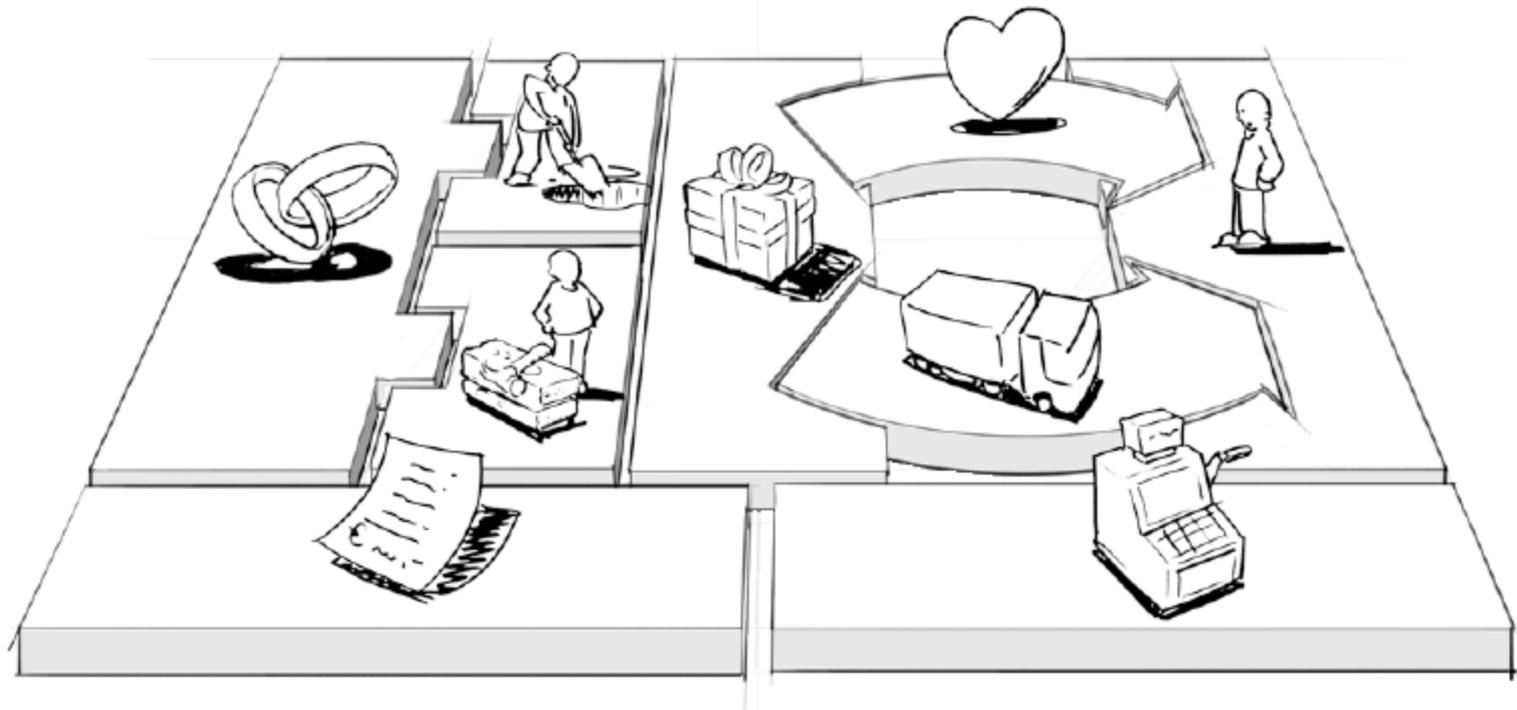
Actividades clave

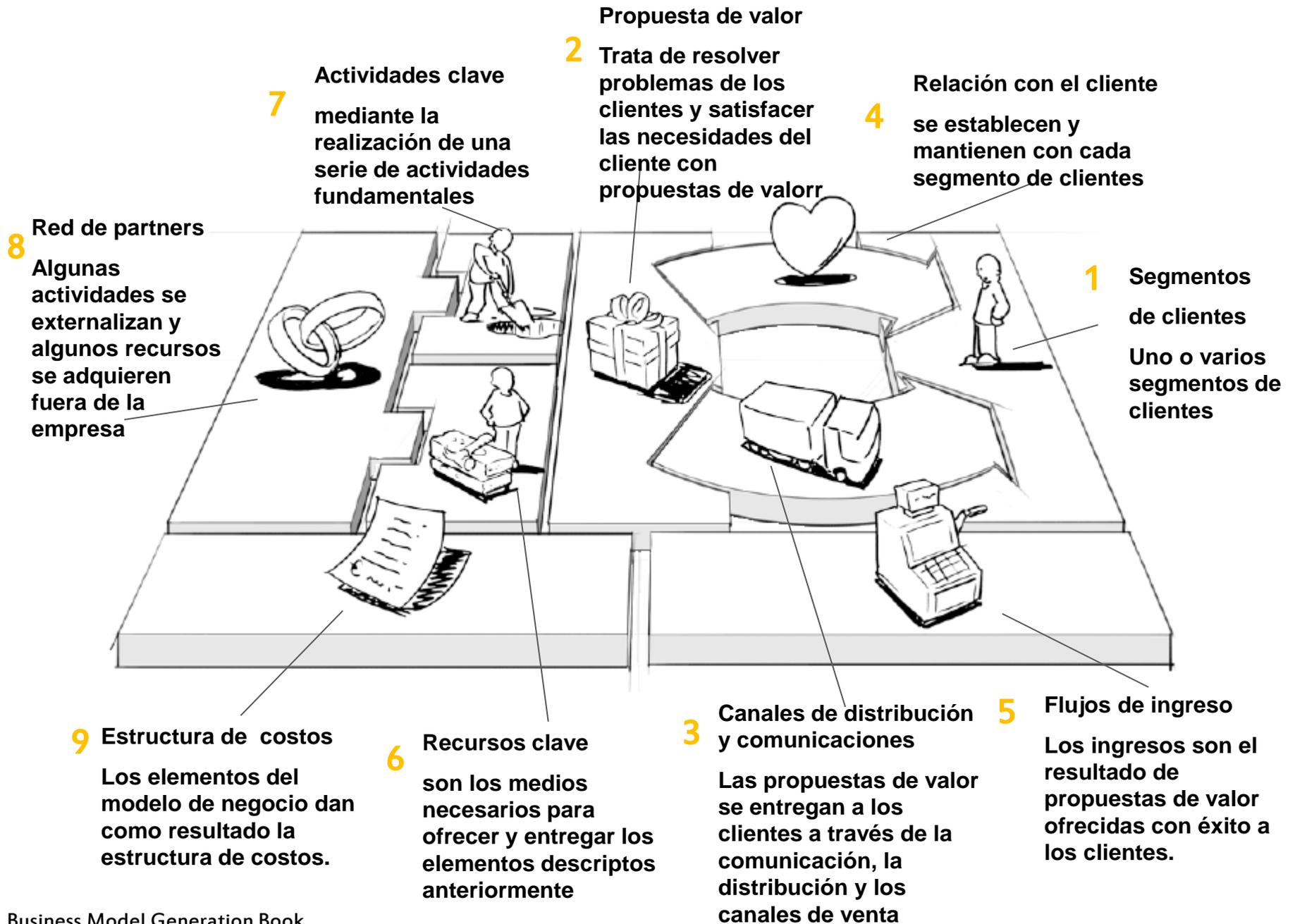


Red de Partners (socios estratégicos)



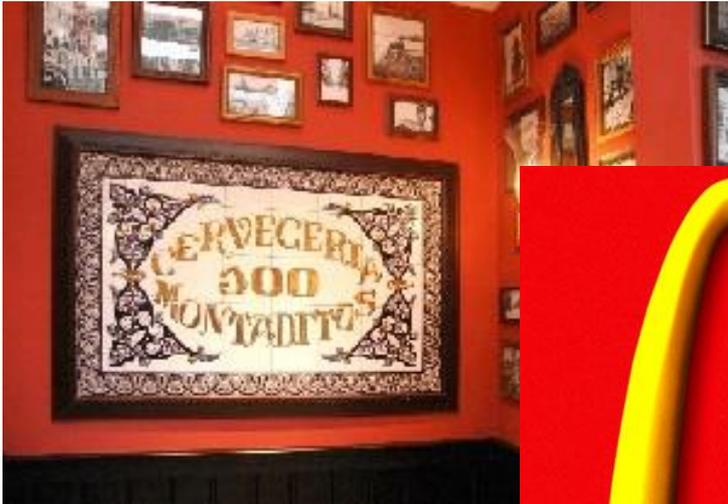
Estructura de costes





PROPUESTA DE VALOR

RYANAIR



Qué **valor** entregamos a
nuestros clientes? Qué
problema de nuestros
clientes ayudamos a
resolver? Qué **necesidad**
satisfacemos?

Propuesta de Valor

¿Qué valor entregamos al cliente? Elemento diferencial

¿Qué necesidades estamos satisfaciendo?

¿Qué paquetes de producto/servicio estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Mejor diseño

Mejor rendimiento

Hecho a la medida

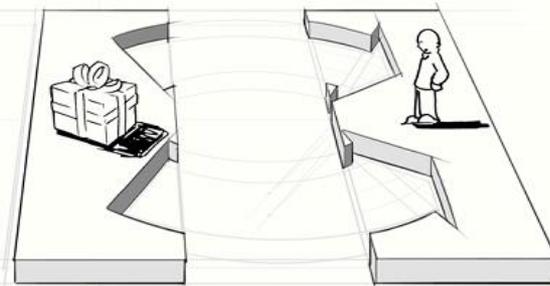
Mayor accesibilidad

Usabilidad

MENOR
PRECIO

Conveniencia

status



CLIENTES



Segmentos de Clientes

¿A quiénes les estoy creando valor?
¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

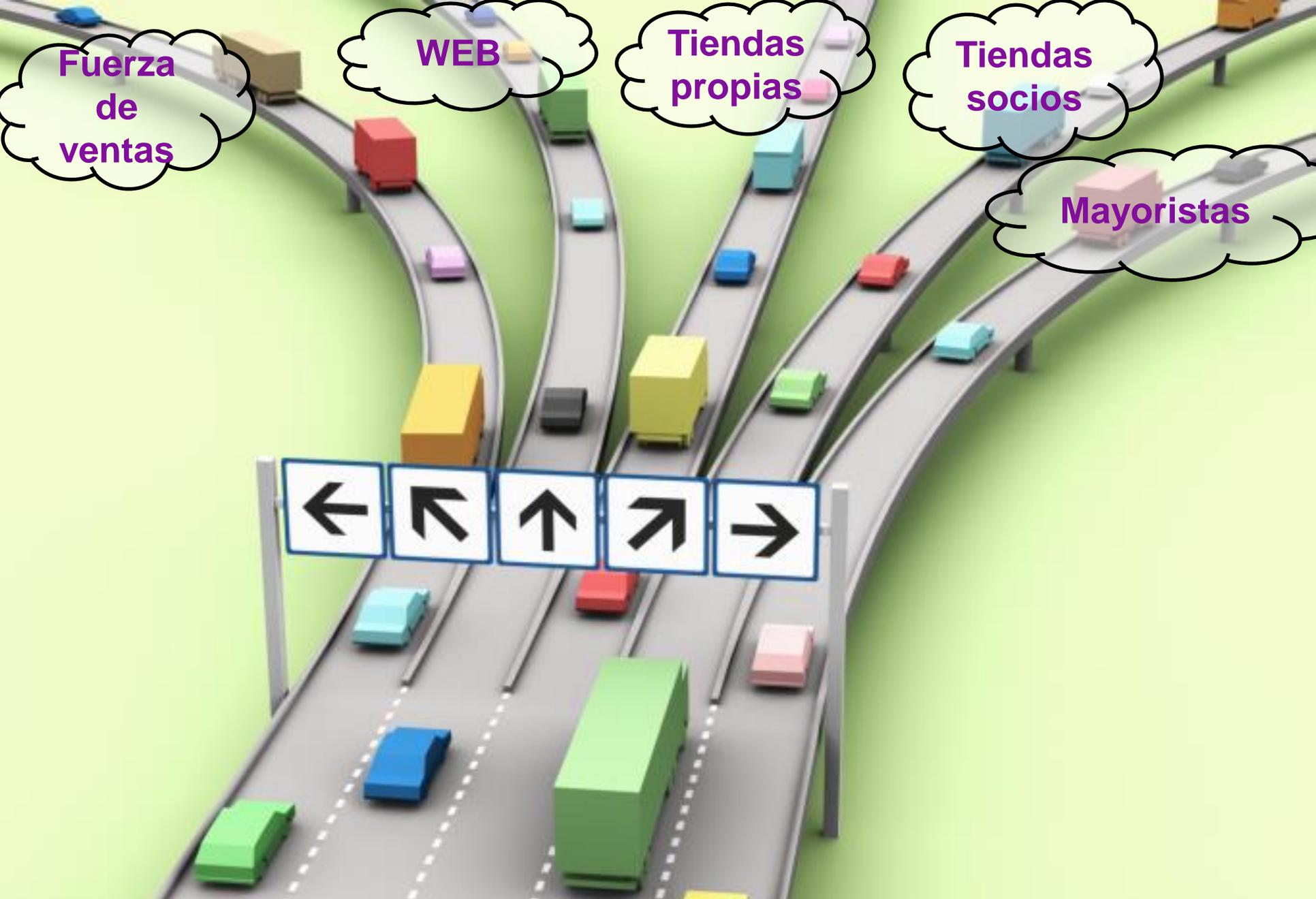
Plataformas
de
Multiservicio

MERCADOS
MASIVOS

NICHOS

SEGMENTOS
DIVERSIFICADOS





Fuerza de ventas

WEB

Tiendas propias

Tiendas socios

Mayoristas



CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN

Canales de Distribución

¿A través de qué canales estamos llegando a nuestros segmentos de clientes?

¿Son canales eficientes?

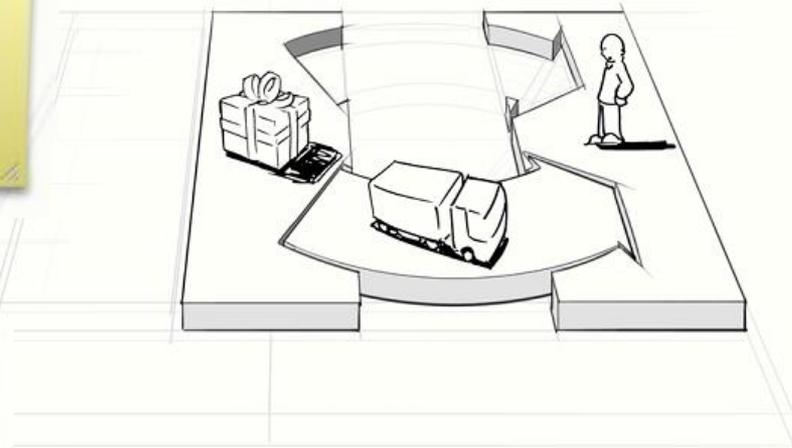
Fuerza de
ventas

Ventas
por
Internet

Mayoristas

Tiendas
propias

Tiendas de
aliados



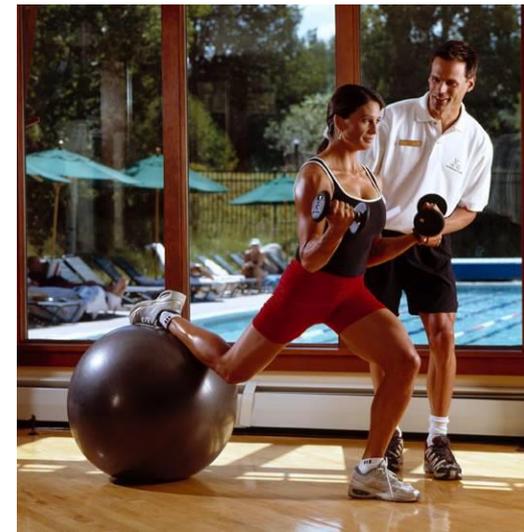
RELACIÓN CON TUS CLIENTES



facebook®



You Tube
Broadcast Yourself



Relación con el Cliente

¿Qué tipo de relaciones construimos con nuestros clientes?

¿Cuáles ya están establecidas?

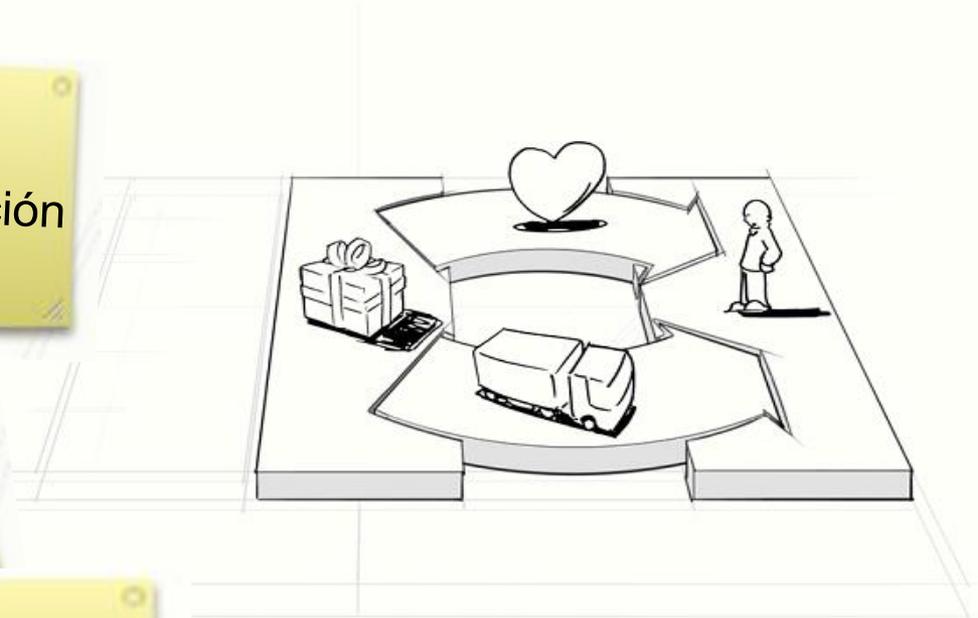
Asistencia
personalizada

Co-creación

Autoservicio

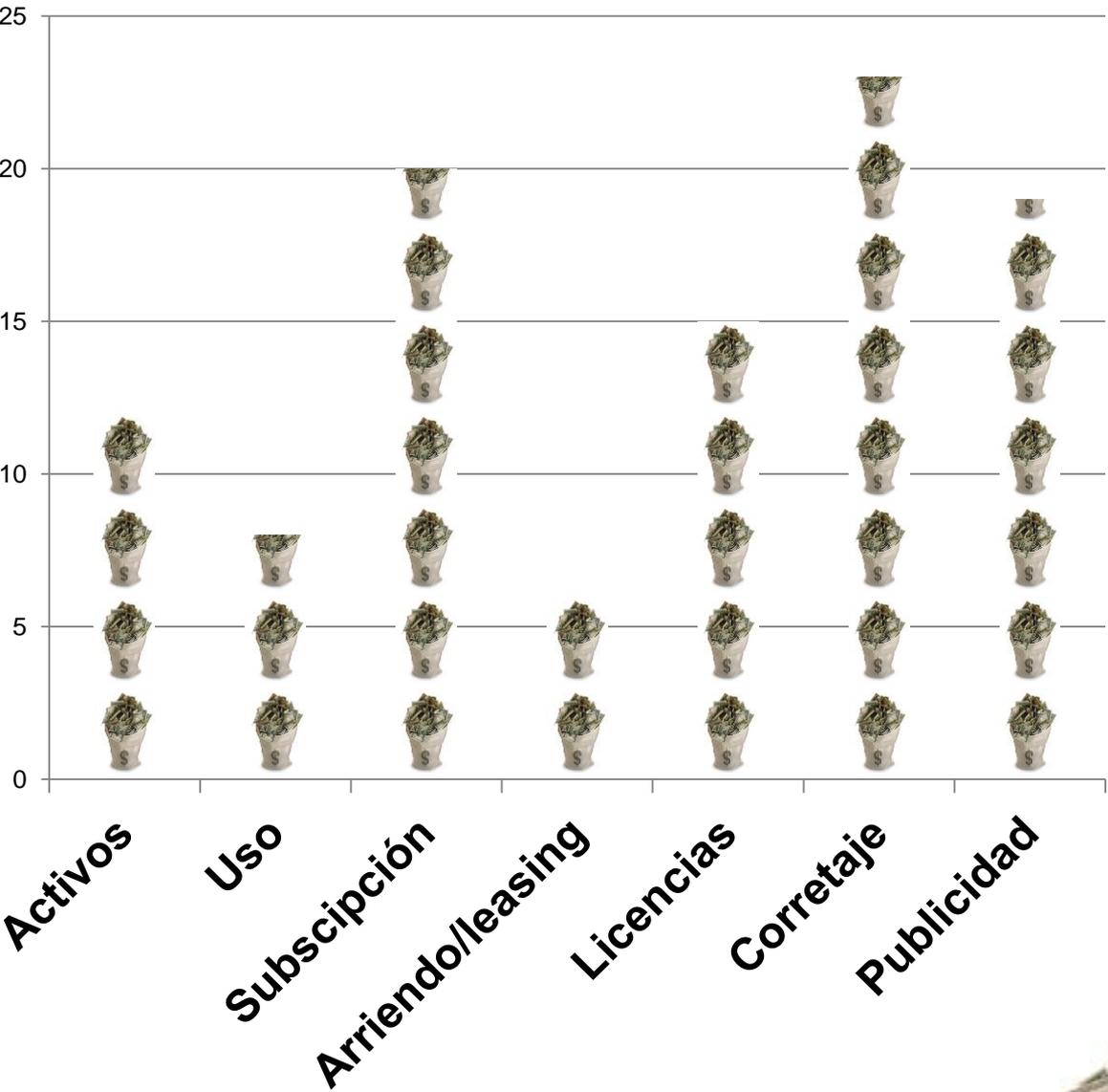
Servicios
Automatizados

Comunidades



INGRESOS

Ingresos



• Ingresos



Modelo de Ingresos

¿Por qué valor generado estarán pagando mis clientes?

¿Con qué frecuencia y montos?

¿Cómo prefieren pagar?



RECURSOS CLAVE



Recursos Clave

¿Qué recursos y capacidades requiere mi propuesta de valor?

... mis canales?

... las relaciones con mis clientes?

... mi modelo de ingresos?



- Recursos internos que se necesitan para realizar las actividades de la empresa?
- Material (Instalaciones, maquinaria, equipos procesos información, mobiliario,...)
- Personal
- Inmaterial (marcas, patentes, licencias, acuerdos know-how,..)

ACTIVIDADES CLAVE



Actividades Claves

¿Qué actividades claves requieren mi propuesta de valor?

... mis canales?

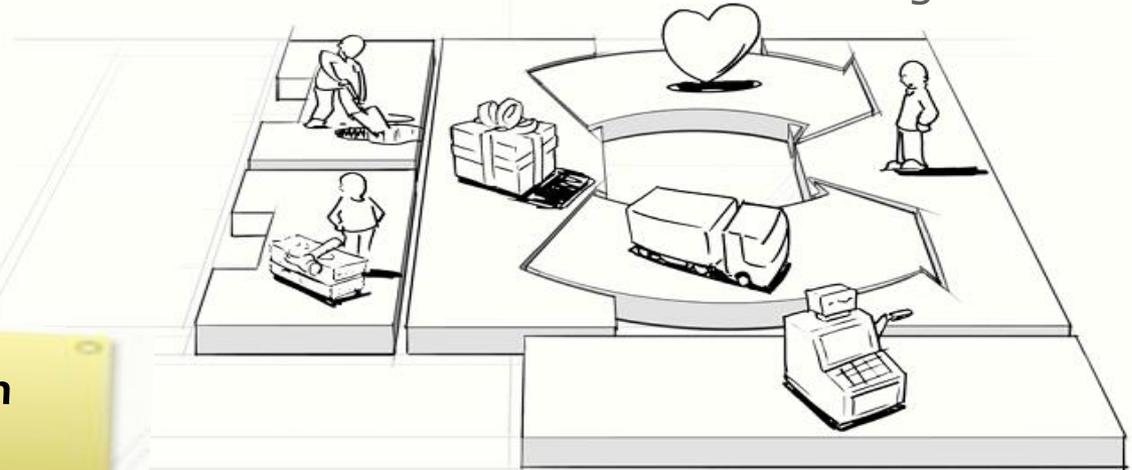
... las relaciones con mis clientes?

... mi modelo de ingresos?

Resolución
de
Problemas

Plataformas

Agregación
de Valor



Actividades internas que se deban realizar en la empresa?

REDES

Mantenimiento

- Técnicas (procesos de fabricación, puesta a punto de equipos, mantenimientos, conservación/reparación,...)
- Comercial/Marketing
- Gestión/Administración

SOCIOS / COLABORADORES



Redes de Aliados Clave

¿Quiénes son nuestros aliados y proveedores clave?

¿Qué recursos clave nos entregan?

¿Qué actividades clave realizan?

OPTIMIZAR

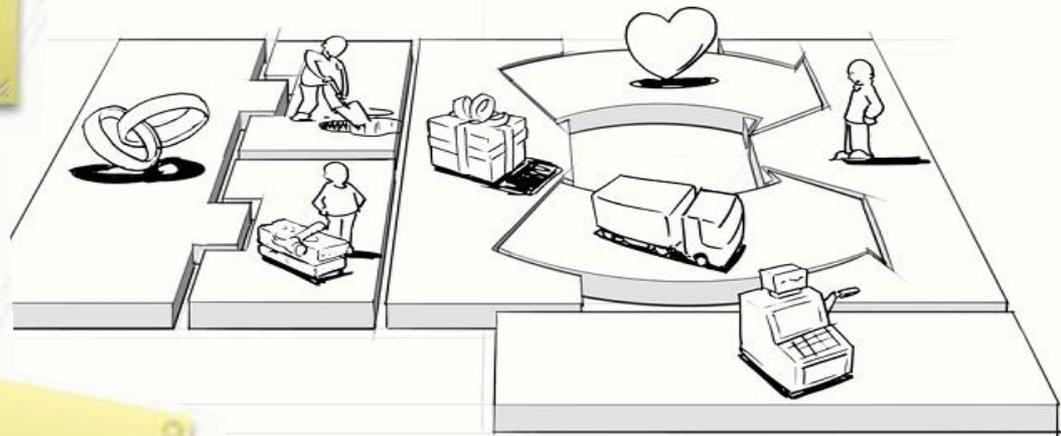
Economías
de escala

Reducción
de riesgo

Core del
negocio

Reducción
de
Incertidumbre

OUTSOURCING



COSTES



Estructura de Costes

¿Qué costos tiene asociado implantar este modelo?

¿Qué recursos claves son los más costosos?

¿Qué actividades claves son las más costosas?

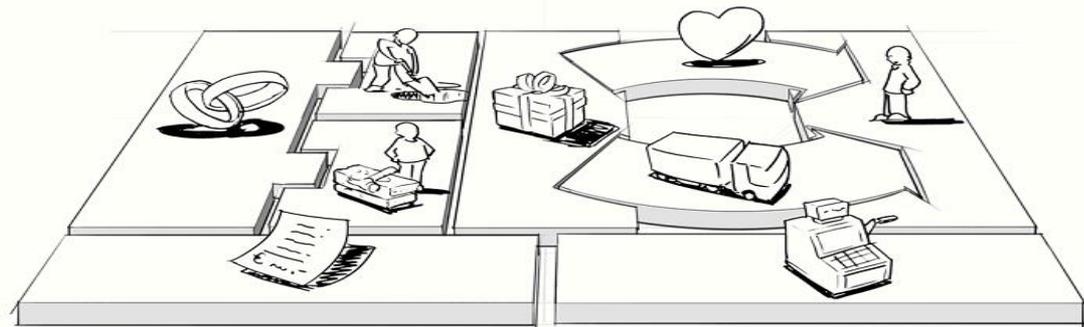
COSTOS
VARIABLES

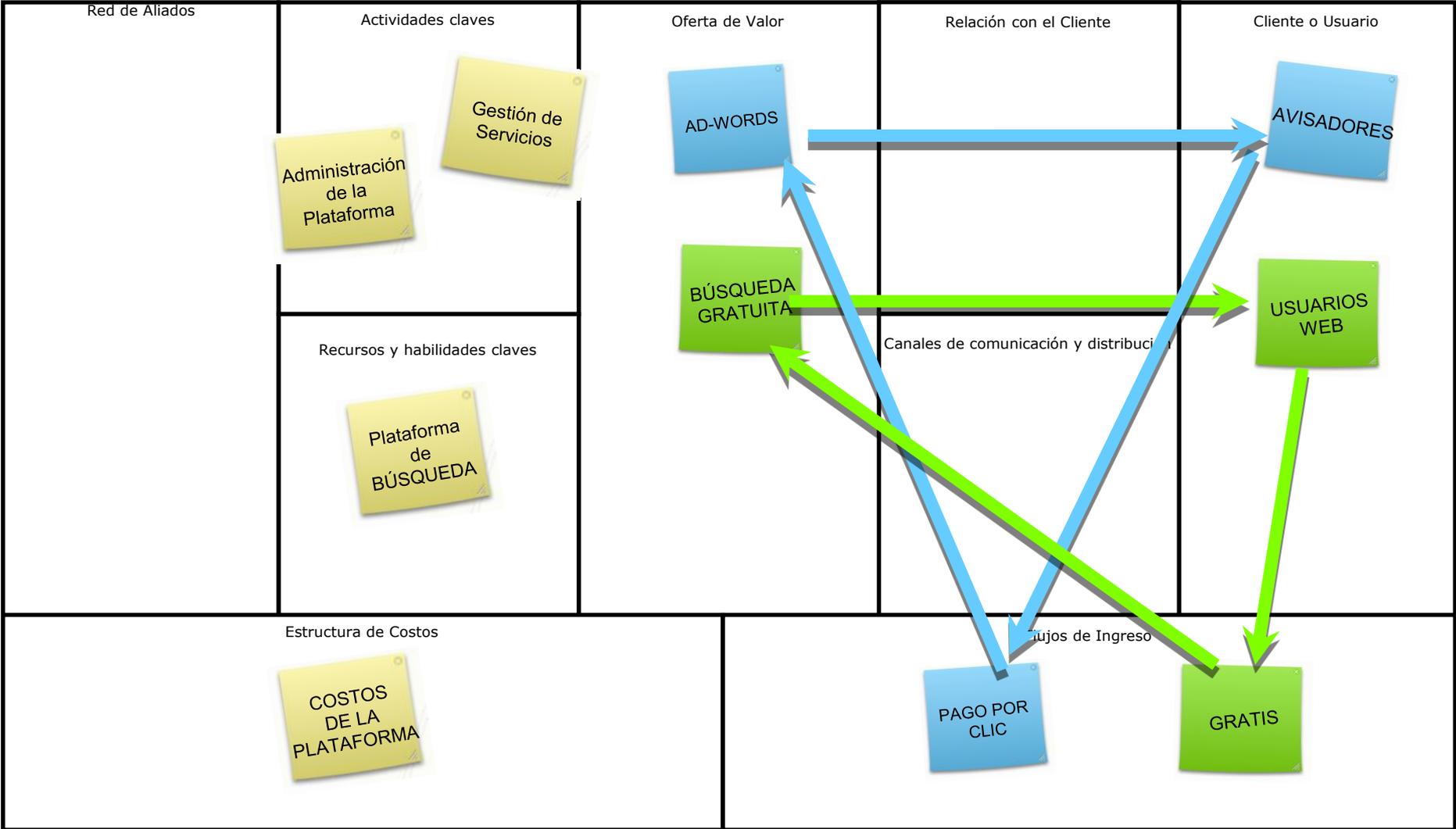
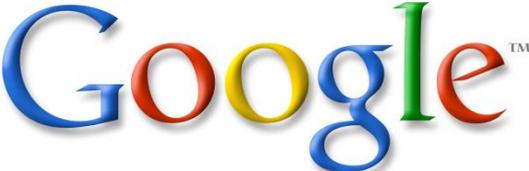
COSTOS FIJOS

ECONOMÍAS DE
ESCALA

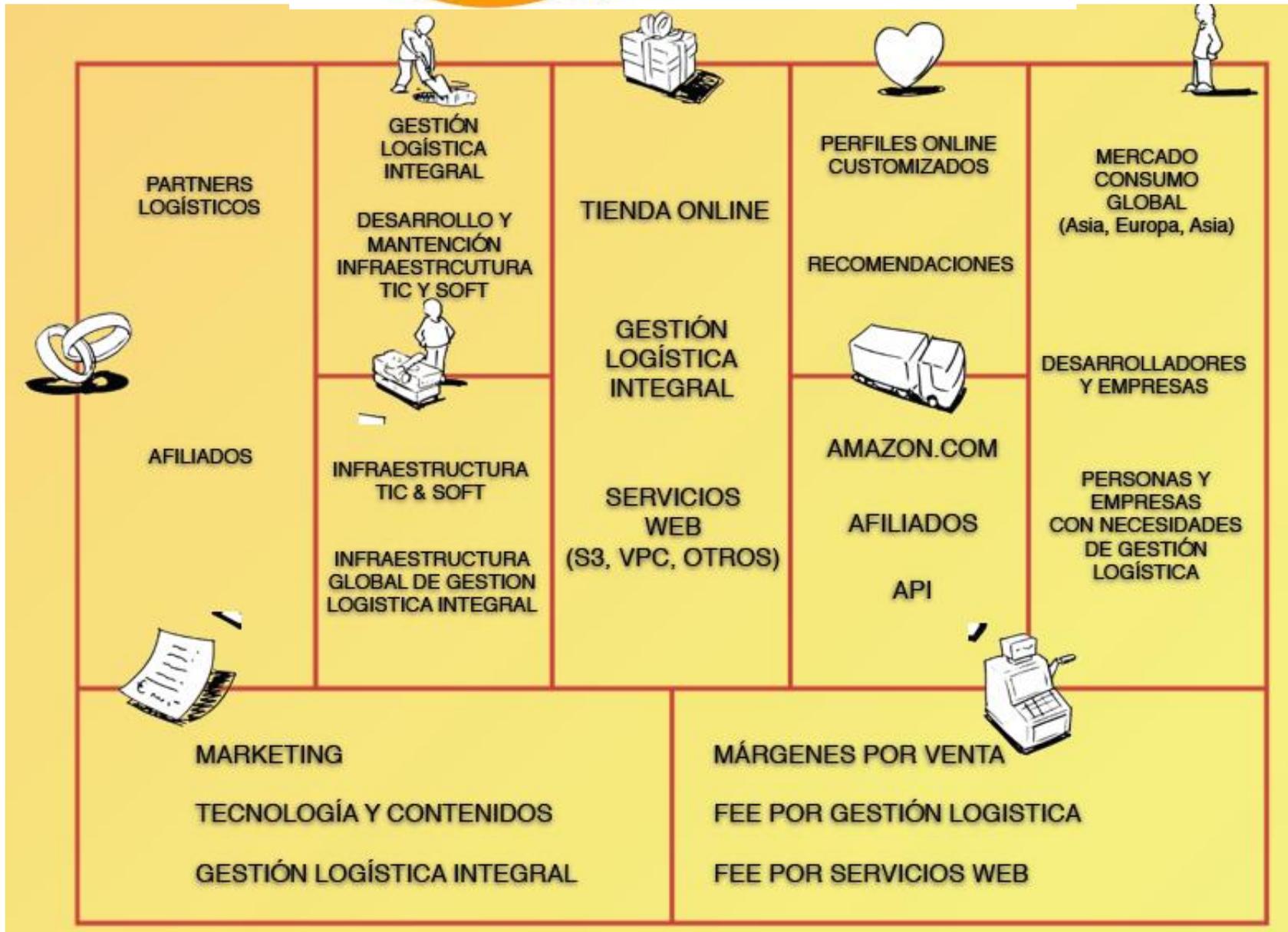
FOCO EN EL
COSTO

FOCO EN EL
VALOR





amazon.com[®]



EJEMPLO Modelo de Negocio: NESPRESSO

SOCIOS / COLABORAD



ACTIVIDADES



RECURSOS



PROPUESTA DE VALOR



RELACIÓN CLIENTES



CANALES



CLIENTES

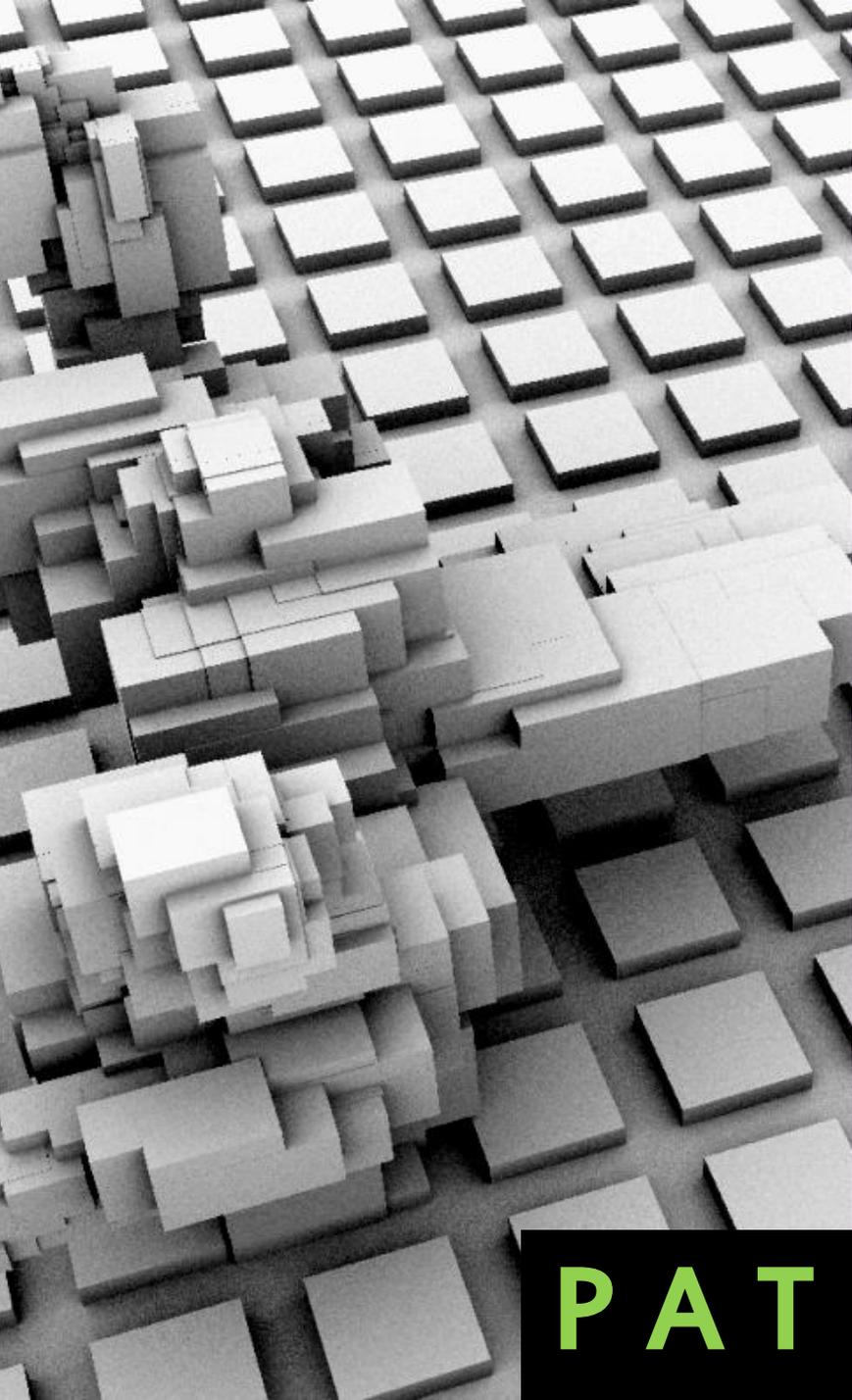


COSTES



INGRESOS



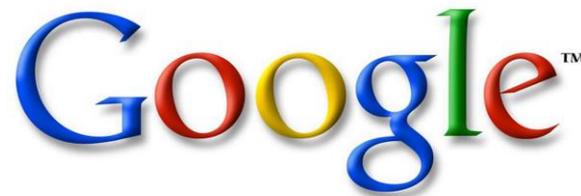


6

modelos de negocios
con características,
comportamientos,
Funcionamiento y
Diseño similares

PATRONES

2. Modelos de plataformas múltiples



... hay que dejarlos contentos a todos

3. Freemium



flickrTM

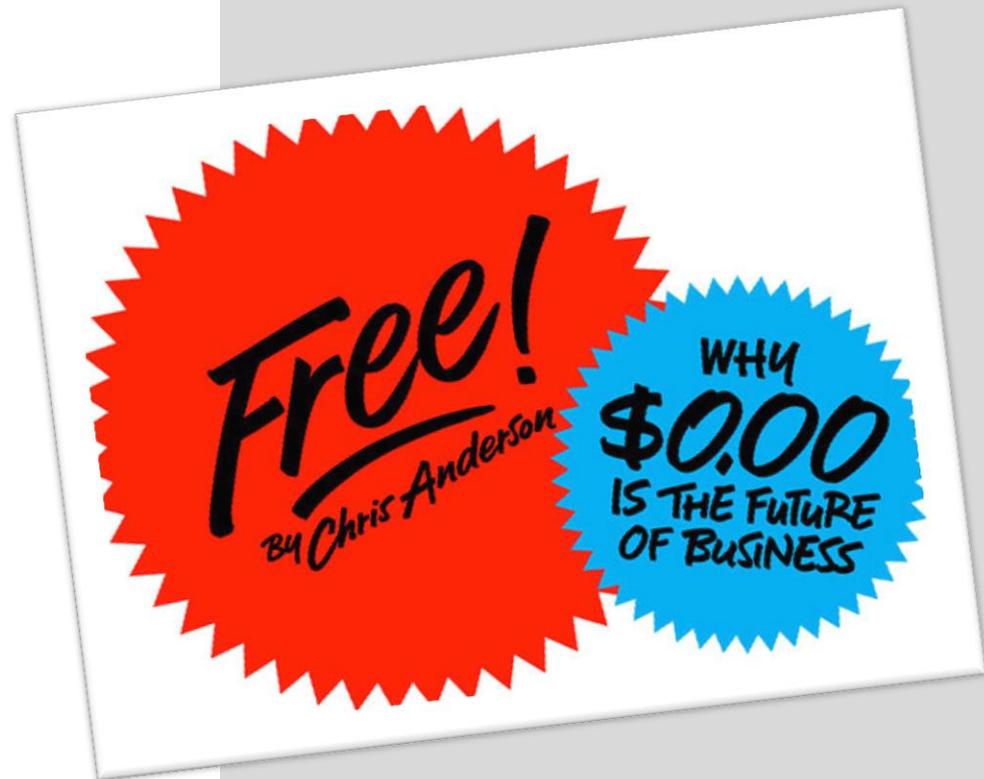
skypeTM

SpotifyTM

Gratis

Los modelos de negocios "Gratis" están basados en que un segmento importante de clientes pueden beneficiarse del producto o servicio de manera gratuita continuamente.

Diferentes modelos hacen posible la oferta gratuita, y los clientes que no pagan son financiados por un menor segmento de clientes.

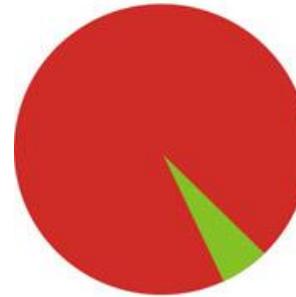


...ya no quiero pagar por esto

...si lo quieres mejor, entonces paga!!!!

MODELO DE NEGOCIO

freemium



Más del 90% de los usuarios de Skype se suscriben por el servicio gratuito

Menos del 10% del total de los usuarios pagan por el servicio SkypeOut

5 años en el mercado

400 millones de usuarios

100 billones de llamadas gratis realizadas

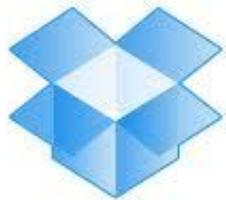
Los ingresos del 2008 fueron de U\$S 550 millones

4. Cebo y anzuelo



...o pruébelo por 30 días gratis!!!!

5. Cloud Computing



Dropbox



6. Crowdsourcing



12 designer



verkami proyectos qué es verkami FAQ empieza tu proyecto iniciar sesión

Apoya ideas diferentes y artistas innovadores

verkami es 'crowdfunding' para financiar proyectos originales y creadores independientes

Lee más sobre verkami o echa un vistazo a los proyectos

unTE para Cien

RECAUDADO **434€** DE **6.200€**

QUEDAN 30 DÍAS

← Anterior Siguiente →