

1. ¿Cuáles son los principales factores de crecimiento de Alibaba?

Es un pionero como intermediario entre compradores y vendedores cuyo modelo de negocio consiste en cobrar un porcentaje de cada transacción, una idea innovadora y productiva. Esto lo realiza por medio de un portal de páginas amarillas lo que lo consagro como la primera compañía de internet en China, y por su innovación temprana está posicionada como el pionero de internet. El haberse adelantado a explorar este territorio virgen en el país más poblado del planeta constituye uno de los factores de su crecimiento. Luego de esta plataforma siguió creciendo por medio de la creación de nuevos negocios y servicios que la transformaron en un gran grupo de la red. Aposto por nuevas ideas como crear el servicio de Alipay, Taobao (importante portal B2C Y C2C de China que les enseñó a comprar generando confianza en los clientes). La creación de todos estos servicios innovadores logró el rápido crecimiento de Alibaba vendiendo más de 800 millones de productos y contando con más de 600 millones de usuarios, posicionándola como la décima página más visitada en el mundo y la tercera de en China.

Alibaba no es solo una herramienta de comercio en línea, representa más bien un conglomerado empresarial que tiene gran influencia en los medios, logística y transporte, cartografía electrónica, análisis de datos y las comunicaciones.

Un factor importante de crecimiento también fue cuando el Sr. Ma se concentró en cubrir la demanda de los nuevos ricos de la clase media china que crecía rápidamente por lo que en 2003 lanzó TaoBao, que significa “búsqueda del tesoro”, un mercado de consumidor a consumidor (C2C) similar al mercado en línea denominado eBay lo que significó un aumento significativo de la participación de la economía en China.

Esta empresa sigue creciendo ya que busca la innovación permanentemente ampliándose a través de plataformas de comercio electrónico, lo que describe a esta empresa como una mezcla de las más grandes plataformas de internet (Amazon, eBay, PayPal y hasta cierto punto Google)

2. ¿Cuál es la oferta de valor a nivel grupo y en cada una de sus unidades de negocio?

La oferta de valor que ofrece a nivel grupo Alibaba son que los importadores y exportadores pueden buscar y realizar transacciones con productos o incluso materias primas de cualquier parte del mundo, aunque predominan los fabricantes chinos. Gracias a la herramienta, es posible cerrar tratos multimillonarios con proveedores chinos o de otras partes del mundo, sin salir del país y con costos relativamente económicos (incluso buena parte de los servicios son gratuitos). Existe un sistema de evaluación de la reputación de los proveedores y compradores que permite al usuario decidir con quién hacer o no negocios. Además fueron prácticamente pioneros en envíos ya que en el año 2015 de manera experimental, realizaron pedidos de té con drones, siguiendo los pasos de su gran competidor estadounidense Amazon.

Por ello es considerada como una plataforma de comercio electrónico en la que se reúnen empresas chinas a empresas de todo el mundo que requieren inventario o fabricantes. (Alibaba)

Taobao La cantidad y variedad de productos es muy grande y puede encontrar prácticamente de todo. En su página web se muestran el Top 10 semanal de los productos más extraños que han encontrado en la página durante las semanas anteriores.

Tmall.com: es la plataforma dedicada al comercio de productos de alta gama en China. Juhuasuan.com ofrece a los consumidores chinos una experiencia similar, sin embargo su mayor diferencia con Tmall.com es que ofrece ofertas y descuentos por breves lapsos. 1688.com, lanzado en 1999, es el canal para mayoristas de Alibaba dentro de China. Es un producto dirigido a personas con capacidad de compra media y alta, buscadores de productos exclusivos y marcas

3. ¿Qué problema le resuelve Alibaba a las empresas de la China?

Les resuelve el problema que significa encontrar lo que se necesita comprar en la red, por lo que creó un motor de búsqueda especializado en compras por internet, posteriormente adicionando un sistema de pagos seguros por internet, Alipay, (parecido a PayPal) que está disponible tanto para negocios como para particulares y que tiene acuerdos con los principales bancos chinos.

Esta forma de trabajo les ayuda a ofrecer a sus clientes desde productos autóctonos, como lana o mariscos, o manufacturas como ropa o autopartes.

4. ¿Cómo Alibaba genera relaciones perdurables con los clientes?

el modelo de negocio de la empresa y sus elementos clave; la apreciación de la cultura del consumidor chino, la prioridad en la confianza en el comercio electrónico, mejores precios y una infraestructura de pocos activos.

La clave para generar lazos con los clientes de la empresa son las herramientas que ofrece a los vendedores y el precio que cobra por dichas herramientas, de muy fácil acceso para todos. En las plataformas de Alibaba los proveedores crean escaparates virtuales y sitios web gratuitos dentro del dominio de Alibaba utilizando herramientas y una infraestructura virtual entregadas por Alibaba.

Les ofrece a los clientes confiabilidad en sus proveedores lo que es difícil de comprobar pues no se sabe si es confiable a quien se quiere comprar, a pesar de los códigos que están empleando actualmente para evitar cualquier tipo de fraude.

Por ejemplo el Gold Supplier, que es un indicador del tiempo que tiene tal proveedor anunciándose en Alibaba China. Supuestamente esa es una manera muy clara de identificar que una empresa anunciada en el gigante asiático no es fantasma, ya que si cometieran alguna estafa al ser denunciados darían de baja su página.

5. ¿Cuáles son los factores por los cuales Alibaba genera confianza entre sus clientes?

Alibaba cree que la confianza debe ser muy importante en el comprador como la del vendedor, ya que deben tener la seguridad de que no serán víctimas de un fraude. Desde el comienzo eBay y Amazon proporcionaban esto en sus mercados locales a través de un depósito en custodia (PayPal de eBay) o la segura cadena logística de distribución propia de Amazon. Alibaba va más allá de tener solo una cadena logística de distribución segura, pues atiende a sus clientes generando medidas de protección al consumidor y de prevención de fraudes. Además ofrecen alta flexibilidad en los pagos: la entrega contra reembolso es una de las opciones que elimina el fraude por suspensión de pagos y ofrece un puente fácil y sencillo al comercio electrónico para los nuevos usuarios de la plataforma. Aunque la mayoría de los volúmenes de pago (79%) se realiza a través de AliPay, una plataforma de pago electrónico creado por Alibaba, que tiene la capacidad de tener dinero en custodia y devolverlo al comprador en caso de tener reclamo resuelto a su favor.

A través de estas medidas Alibaba pudo convencer a más de 230 millones de chinos a usar su sitio y los registros de la empresa indican que las transacciones con problemas representan menos del 0,08% del total de los pedidos, brindando seguridad y confianza al mercado.

6. ¿Cuál es la estrategia de segmentación de Alibaba?

La estrategia de segmentación de Alibaba es la estrategia de segmentación diferenciada, pues en este caso el grupo Alibaba se tiene muy en cuenta las diferencias que definen a cada uno de los segmentos de mercado detectados y se crea un producto, línea de productos o marcas específicas para cada uno de ellos y para cada una de sus plataformas.

Obviamente, esta opción incrementa los costes considerablemente, no sólo en la producción (a veces el producto puede ser el mismo y cambiar sólo la imagen del mismo, y el precio), sino también en los canales de distribución así como las campañas de marketing y publicidad.

El caso por excelencia que todos conocemos es Inditex, con múltiples líneas de negocio para diferentes segmentos de consumo. Existen también otras marcas de alimentación, que además de producir bajo su marca, tienen producción que se comercializa bajo marcas blancas de grandes superficies de distribución.

Para adoptar esta estrategia es necesario disponer de recursos suficientes para asumir los mayores costes empresariales, y obtener los datos necesarios para planificar y llevar a cabo campañas de marketing eficaces que permitan optimizar las ventas.

VERIFICAR ESTRATEGIA ENTRE TODAS!!

7 S de Alibaba

ESTRATEGIA (STRATEGY)

- ✓ Hacer que sea fácil hacer negocios en cualquier lugar
- ✓ El mejor negocio electrónico en China y en todo el mundo
- ✓ Líderes en los mercados móviles y en línea en el comercio de consumidores y negocios, computación en la red y otros servicios.
- ✓ Ecosistema de comercio impulsado por la tecnología para el beneficio de los consumidores, comerciantes y proveedores de servicios.

ESTRUCTURA (STRUCTURE)

División de la estructura

- ✓ Taobao Marketplace, el destino de compras en línea más visitado de China.
- ✓ Tmall.com, el centro comercial en línea líder en China para productos de marcas y de calidad.
- ✓ AliExpress - Popular e-marketplace internacional para consumidores
- ✓ Alibaba Cloud Computing , Desarrollador de plataformas para la computación en la nube y la gestión de datos.
- ✓ Alipay, Solución líder de pago en línea y móvil en China

SISTEMAS (SYSTEMS)

Certificación de pase de confianza de sistemas:

- ✓ Las compañías que tienen la certificación de pase de confianza son seguras, y los compradores se sienten mucho más seguros para realizar sus transacciones con estas firmas.
- ✓ Su propia plataforma de pago a terceros: **Alipay.com**.

PERSONAL (STAFF)

- ✓ Los clientes son lo primero
- ✓ Trabajo en equipo y cooperación
- ✓ Abrazar los cambios
- ✓ Integridad
- ✓ La pasión
- ✓ Honrar el trabajo

Jack Ma, un visionario y líder fundó Alibaba y lo impulsa hacia el éxito

Alianza estratégica con yahoo.com. mejorándola con una potente tecnología de búsqueda, correo electrónico y publicidad de pago por clic.

ESTILO (STYLE)

- ✓ Estilo y liderazgo:
- ✓ Flexible
- ✓ Innovador

Orientado al equipo: Alibaba cree que el trabajo en equipo permite a las personas comunes lograr cosas extraordinarias.

HABILIDADES (SKILLS)

- ✓ Haz que sea fácil hacer negocios en cualquier lugar.
- ✓ El mejor negocio electrónico en China y en todo el mundo.
- ✓ Liderar los mercados en línea y móviles en el comercio de consumo y de empresa a empresa, computación en la nube y otros servicios
- ✓ Ecosistema de comercio impulsado por la tecnología en beneficio de los consumidores, comerciantes y proveedores de servicios.

SUPERORDINADO (SUPERORDINATE)

- ✓ Los empleados que demuestran perseverancia y excelencia son ricamente recompensados
- ✓ AliBaba espera que sus empleados mantengan los más altos estándares de honestidad y cumplan con sus compromisos.
- ✓ Recompensa y reconocimiento sobres rojos + pago + generoso bono.