

Unidad 4

EL CLIENTE Y LA IDEA

CONTENIDOS



1. El segmento de mercado
2. Estudio de nuestro cliente objetivo
3. La idea de negocio
4. Generando la idea de negocio



1. El segmento de mercado

Segmentar el Mercado → Dividir el mercado en tipos de clientes que comparten similares necesidades y deseos. Segmento = grupo de clientes



anterior

2. Estudio de cliente objetivo

Análisis de nuestro cliente objetivo o “target”

Conocer al cliente y los aspectos influyentes en su compra → permite ofrecerle el producto que necesita

Datos básicos
(edad, sexo,
nacionalidad,...)

Datos económicos
(Renta, disposición a
pagar...)

**Gustos y
preferencias**

Hábitos de compra
(Quién compra, dónde,
cuándo, cuánto,...)

¿Por qué lo compra?
(precio, seguridad, marca, costumbre,
experiencia, modas, imitación, impulso,...)

[anterior](#)

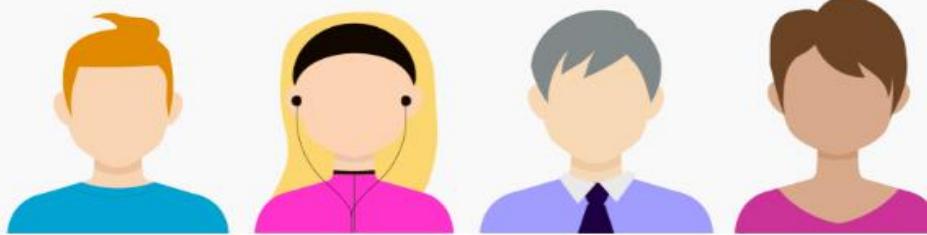
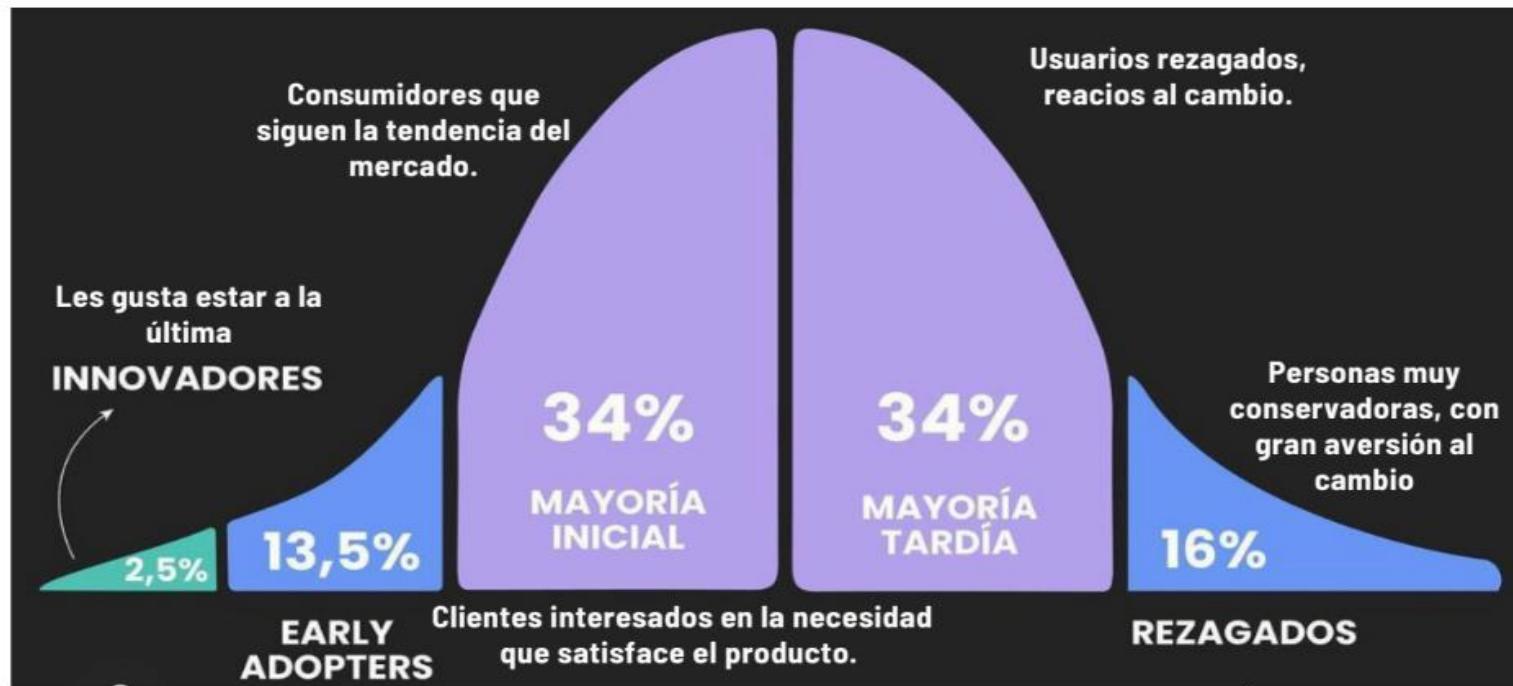


[Contenidos](#)

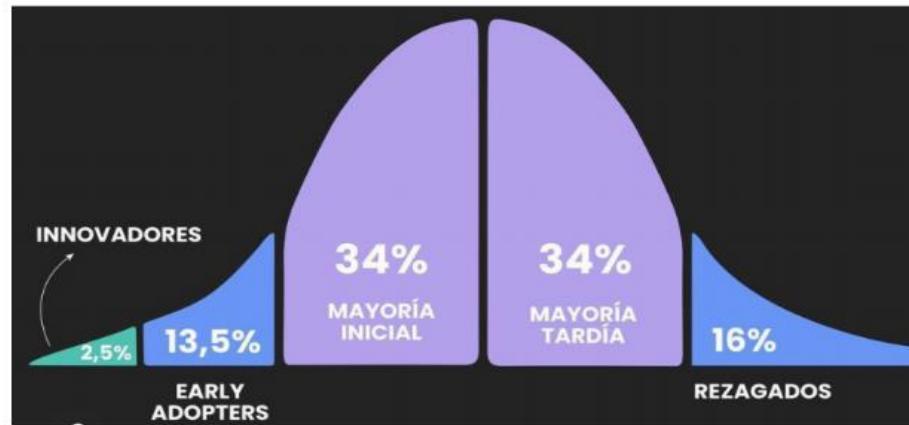
[siguiente](#)

2. Estudio de cliente objetivo

En el mercado, se pueden distinguir cinco tipos de clientes o consumidores, en función de la aceptación que muestren a los productos:



2. Estudio de cliente objetivo



Lo primero que tienes que hacer es poner foco en los early adopters. Si consigues conquistarlos, creerán en tu empresa y ellos serán los que te recomiendan tus productos con el resto del público



2. Estudio de cliente objetivo: mapa empatía



ENTREVISTA
DE PROBLEMA



Saber si lo que queremos ofrecer
realmente está solucionando
un problema de nuestros clientes
¡O no!

anterior



Contenidos

siguiente

3. La idea de negocio

La idea es la visión que tiene el emprendedor de su proyecto empresarial

4 aspectos

Actividad

A la que se va a dedicar

A quiénes

Va dirigido el producto

Propuesta de valor.

El porqué se venderá
Factor diferenciador

Objetivos

A corto plazo
(ej.: 1 año)

Fuentes de Ideas de Negocio

➤ **Características personales**

- Experiencia otra empresa
- Aficiones personales

➤ **Observación del entorno económico**

- Carencia de mercado
- Estudio otros mercados
- Tendencias

➤ **Innovación de un producto**

- Nuevo producto
- Ofrecer producto de forma distinta

Propuesta de valor de la idea

→ *Lo importante no es el producto sino la propuesta de valor que hay detrás*

[anterior](#)

 **Contenidos**

[siguiente](#)



3. La idea de negocio

PROYECTO IPE II: debe incorporar valores éticos y sociales a través de elementos del **balance social** (herramienta – cuestionario de autoevaluación- que analiza el desempeño de una empresa en términos sociales):

Acciones sociales internas



Condiciones laborales, políticas de igualdad, salud laboral

Acciones sociales externas



Relación con la comunidad y apoyo a proyectos sociales

Impacto ambiental



Uso eficiente de recursos, gestión de residuos, políticas medioambientales

Resultados empresariales con enfoque social



Incluir objetivos sociales en la estrategia de empresa

Cumplimiento normativo y políticas de RSC
(Responsabilidad Social Corporativa)



Cumplimiento de normativa, certificados, códigos de conducta

Evaluación de acciones



Indicadores sociales (ej., absentismo) y medioambientales (ej. Informe de sostenibilidad)

anterior



Contenidos

siguiente