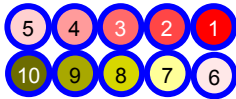


MATRIZ DE MODELOS DE NEGOCIO

• Identifique sus 10 prioridades



DRIVERS DE VALOR

Costos Tecnología precios:	PRODUCTIVIDAD comercial	1
Decisiones Mercados Aprendizaje Delivery	VELOCIDAD	2
Clientes y experiencia: modelo de negocio Cliente del cliente	CRM	3
Salir del commodity	INTANGIBLES	4
Datos en información Conocimiento Llegada a lo cliente medios	INFORMACIÓN	5
Aprendizaje Reconfiguración Nuevos productos Innovación Logística	ADAPTABILIDAD	6
Alianzas Cliente Cadenas de valor SCM	INTEGRACIÓN	7
Personas Ideas: semillar diferenciación	CREATIVIDAD	8
Nuevos productos Tecnología Cliente Cadenas de conocimiento Gestión conocimiento	CONOCIMIENTO	9
Masivo y a la medida a la vez Modelo Dual	MASS CUSTOMIZATION	10
Relaciones públicas: redes relaciones contactos interlocutores válidos	LOBBY/ACCESO	11
Logística: canal 2x2 oportunidad velocidad soporte posterior confiabilidad Seguridad	DISTRIBUCIÓN	12
En línea: conveniencia seguridad acceso experiencia	INTERNET	13
OUTSOURCE PROVEEDORES: consultoría Alianzas redes marketing	RIO ARRIBA	14
Aliados mayoristas distribuidores contactos SCM de cadenas a redes PREVIREZ ASAGIR BASF CLUB	REDES	15
Tecnología: Clientes Socios: Eventos	ANTICIPACIÓN	16
Relaciones conocimiento experiencia capacitación	Fza VENTA	17
Todos potencialmente Optimizar para vender o ser parte de una red mayor	INFLAR EL PAVO	18
Captura de generadores: complejidad soporte nivel: status	MARCA/MKTG	19
Credito entregado: acceso leverage riesgo	FINANCIERO credit	20

FABRICAS

Estrategia | Procesos | Clientes/mercados | Gestión | RRHH | Marca | Integración | Intra web | Negocios | Canales | Cultura corp | Conocimiento

CONDICIONES PARA LOS NEGOCIOS MODERNOS

- CONECTIVIDAD E INTEGRACIÓN
- VELOCIDAD Y OPORTUNIDAD
- ARQUITECTURA TECNOLÓGICA
- ADAPTABILIDAD
- INTERACTIVIDAD
- CRM MERCADO GRANJA EXPERIENCIA LARGO PLAZO
- DIGITALIZACIÓN
- REDES RELACIONES ALIANZAS SCM
- 7X24 EN LÍNEA
- MODELO INFORMACIÓN Y LÓGICA PULL
- REEMPLAZO INSUMOS POR INFORMACIÓN
- INTANGIBLES Y ELIMINAR DIFERENCIA PRODUCTO SERVICIOS
- PRECIO
- GESTIÓN DE CONOCIMIENTO
- AUTOMATIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL
- VISIBILIDAD
- INTERNET MARKET PLACES MASA CRÍTICA
- PRODUCCIÓN MECÁNICA
- RELACIÓN CON EL FUTURO
- CADENAS INTERINDUSTRIALES DE VALOR
- INTRA WEB
- ESCALABILIDAD
- CAPACIDAD DE INTERMEDIACIÓN
- SEAMLESS PROCESSING
- CAPACIDAD DE CREACIÓN DE MARCAS
- INTEGRACIÓN DE CANALES Y PRODUCTOS
- SEGURIDAD DIGITAL
- ARCHIVO EXTERNO
- GLOBALIZADA
- SINCRONÍA SISTEMAS COMPLEJOS ADAPTATIVOS ADN CORPORATIVO

Tecnología | Telecom | Tecnología | Ventas | Comunicaciones | Información/ERF | Logística | Financiero

MOTORES

- Innovación es management sólido no es creatividad
- La tecnología está en todas las partes

INDUSTRIAS

INTERNET

PREVIREZ

Pagos previsionales vía Internet servicios a las AFP ISAPRES

BIBLIOTECAS

Bibliotecas municipales en Internet

SERVICIOS

PUBLICIDAD

Agencias de servicios de publicidad y afines: medios, marcas, bases de datos, modelos de venta...

REDBANK

Administración de cajeros automáticos de la banca

CORREO

Distribución de correspondencia y otros afines

ING

Venta de seguros de todo tipo especialmente salud vida

TMI

Servicio integral de mantenimiento de trenes a EFE y metrotren

BANCA

Negocio bancario actual

DESARROLLO

Banco con orientación social

CALL CENTER

Servicios telefónicos a terceros Venta y atención de clientes

AAA

Automóvil Club de Chile

INTEGRAMEDICA

Servicios de salud clase media

ISE AMERICAS

Seguros

INDUSTRIA

CODELCO

Minería de cobre en gran escala

CINTAC

Productos en base al acero

CARBOQUIMICA

Productos en base a petróleo

INSTAPANEL

Panels

VARCOPRODEM

Galpones industriales de gran lujo

CENTROACERO

Distribución de acero

TECNOLOGIA

ENTEL CORP

AGROINDUSTRIA

ASAGIR

Asociación Argentina del Girasol Asociación por el producto

UNIDADES DELICIOSAS

Gestión y montaje de Lecherías

ECISA

Agroquímicos y maquinaria agrícola

EL TEJAR

Agricultura y ganadería en gran escala

CREA

Asociaciones de agricultores para colaboración

TERCERIZACIÓN INDUSTRIAL

Producción especializada agrícola para terceros

FLORES

Producción de flores de exportación

INTERAGRC

Distribución agroquímicos

BASF ARGENTINA

Producción y Distribución agroquímicos

COMERCIO

BASF CLUB

Red de distribución en base a terceros de agroquímicos Chile

INTERAGRO

Distribución de agroquímicos Bolivia

SODIMAC

Cadena distribución artículos construcción y hogar

VILLAGE

Regalos souvenirs tarjetas salud

CADENAS DE VALOR

UVF CARNE FLORES VINI

VARIOS

EJERCITO

Defensa nacional

TENDENCIAS

Globalización

7x24

Mercados a redes Mercado granja

Velocidad

Tecnología disruptiva

Nuevos market places ciberesp

Outsource estratégico

Aumento intangibles

Complejidad

Gestión conocimiento

Lógica pull

PDA e inteligencia móvil

De la propiedad al acceso

Varios a varios

Predominio de los eventos B2B

Prosumidor/coopetitor

MATRIZ DE MODELOS DE NEGOCIO



Identifique sus 10 prioridades



DRIVERS DE VALOR

Orientados a la definición del negocio y la estrategia

Peso relativo

%

Incremento de PRODUCTIVIDAD

Costos Tecnología precios gestión ACER TIC CODELOC CARBOQUÍMICA

Aumento de VELOCIDAD oportunidad

Oportunidad Decisiones Mercados Aprendizaje Delivery BANCA

Calidad de CRM (s) Mdo Granjas

Cientes y experiencia modelos de negocio Cliente del cliente mercado granja SEGUROS BANCA

Aumento de los INTANGIBLES

Salir del commodity CASI TODOS CALL CENTER AUTOMÓVIL CLUB

Gestión de la INFORMACIÓN

Datos en informació Conocimiento CASI TODOS Llegada a los clientes medios

Capacidad Robusta de ADAPTABILIDAD

Aprendizaje Reconfiguración Nuevos productos Innovación Logística CASI TODOS

INTEGRACIÓN interna y externa

Alianzas Clientes Cadenas de valor SCM Interne extern CASI TODOS CALL CENTER BANCA

Desarrollo de la CREATIVIDAD

Personas ideas semillar diferenciación CASI TODOS

Gestión del CONOCIMIENTO

Nuevos productos Tecnología Clientes Cadenas de conocimiento Gestión conocimiento CASI TODOS

MASS CUSTOMIZATION → Fábrica

Masivo y a la medida a la vez Modelo Del BANCA VARCOPRUDEN

Capacidad de LOBBY/ACCESO

Relaciones públicas redes relaciones contactos interlocutores válidos NN

Calidad de la DISTRIBUCIÓN

Logística canales 7x24 oportunidad velocidad soporte posterior confiabilidad Seguridad ECSA

Penetración vía INTERNET

En línea conveniencia seguridad acceso experiencia market place NN

Navegar RIO ARRIBA clientes

OUTSOURCE PROVEEDORES CORREO PRIVADO consultoría Alianzas redes marketing

Tejido y gestión de REDES

Aliados mayoristas distribuidores contactos SCM de cadenas a red PREVIDE ASAGIF BASI CLUB ASAGIF

Capacidad de ANTICIPACIÓN

Tecnología Clientes Sociedad Eventos NN

Tipo y calidad de Fza VENTA

Relaciones conocimiento experiencia capacitación NN

VENDER-FUSIONAR LA EMPRESA

Todos potencialmente Optimizar para vender o ser parte de una red mayor NN

Fuerza de la MARCA/MKTING

Captura de genéricos complejidad soporte ruido status NN

FINANCIERO

Credito entregado acceso leverage riesgo Retail redes distribución transporte

INTERACTIVIDAD

Todo INTERNET redes distribución servicios

TECNOLOGIA ÚNICA

ENTEL CORP Microsoft

CADENAS INTERINDUSTRIALES

UVA CARNE FLORES VINIL

Expansión mercados internacional

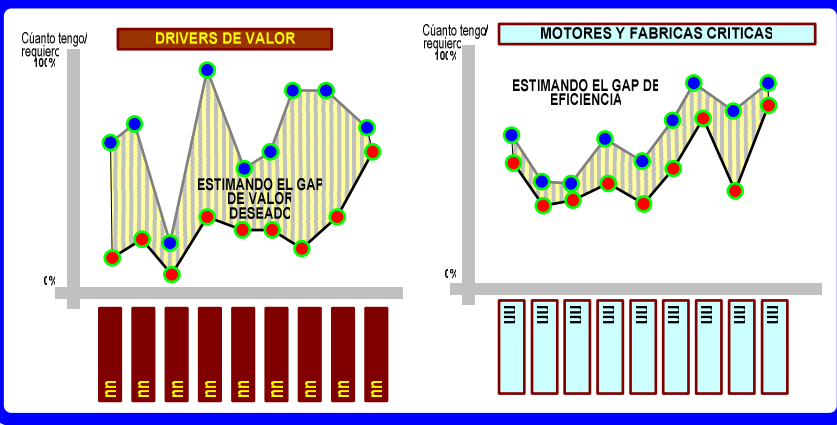
Varco Pruder Exportadoras

MOTORES

Financiero
Logística
Telecom
Tecnología
Ventas
Comunicaciones
Información/ERP

FABRICAS

Conocimiento
Cultura corp
Canales
Negocios
Intraweb
Integración
Marca
Gestión
Estrategia
Procesos
Clientes/mercados
RRHH



¿Cuál es mi verdadero mercado?
¿A quién le vendo de verdad?

¿Dónde está el tesoro? → ¿cuál es mi negocio?



¿Cómo interactúan, se relacionan, o condicionan entre sí los 10 drivers de valor seleccionados. Modelar en forma gráfica.

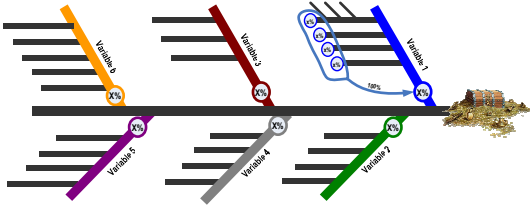
Plan de trabajo

TENDENCIAS Nueva Economía

- Como entrar a la Globalización
- 7x24 en decisiones estratégicas On line
- De mercados a redes
- La tecnología es un driver de valor
- Nuevos market places ciberspacia
- Aumento relevancia de intangibles
- Complejidad creciente
- PDA e inteligencia móvi
- De la propiedad al acceso
- Comunicación de varios a varios
- Predominio de los eventos B2B
- Prosumidor/coopetitor
- Necesidad lenguaje Post Simbólico
- Inteligencia artificial

DESAFÍOS DE GESTIÓN

- Necesidad de outsource estratégico
- Innovación sistemática
- Arq. Tec. Abierta distribuida: modula
- Lógica Pul (modelo informació)
- Cadenas interindustriales de valor
- Producción tipo mecano
- Gestión de Conocimiento
- Mercados tipo Granje
- Seamless processing
- Integración de canales y productos
- Reemplazo insumos por información
- Nuevas relaciones con el futuro
- Desafío de la escalabilidad
- Archivo total y extern
- Marcas vivas y metafóicas
- Intraweb/digitalización
- Seguridad digital
- Automatización creciente
- Desafío de la visibilidad
- Necesidad de redes alianzas SCM
- Negocios en nuevos market places

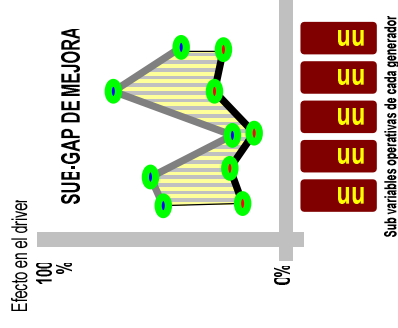


Cuánto tengo/requiero

100%

0%

ESTIMANDO EL GAP DE
VALOR DESEADO



uu

uu

uu

uu

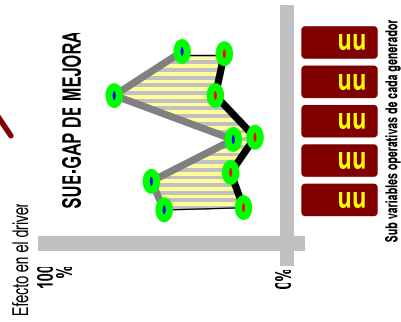
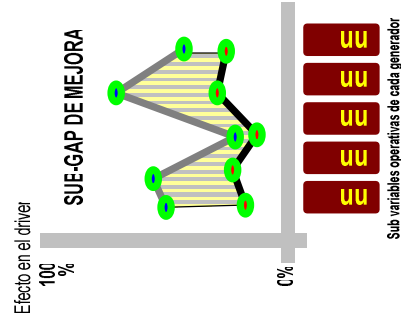
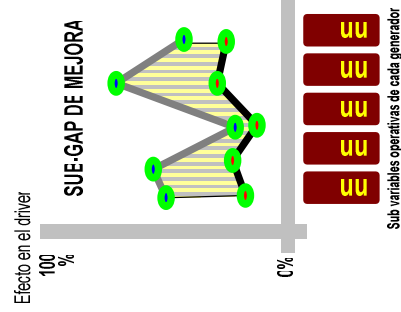
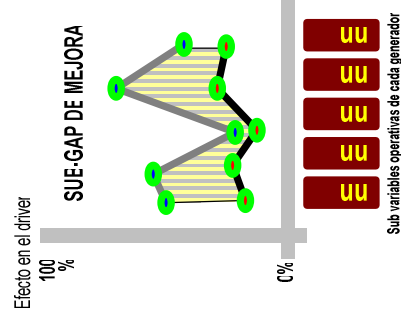
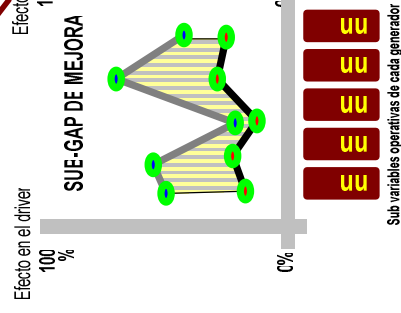
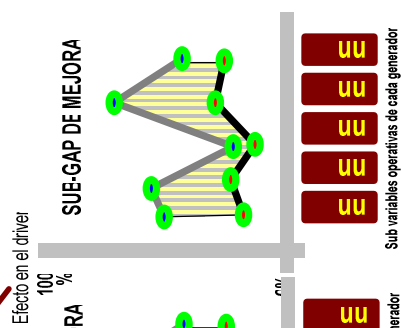
uu

uu

uu

uu

uu



CADENAS ESTRUCTURALES DE DRIVERS DE VALOR

Driver de Valor variable tema área que al ser mejorada aumenta de manera significativa y estratégica la CREACIÓN DE VALOR DE LA ORGANIZACIÓN

OBJETIVO: seleccionar los 8 a 10 más relevantes → tener que descartar AL MENOS 25

- Todas están interrelacionadas Hay relaciones más fuertes y otras más débiles
- Dentro de cada área hay algunas "parecidas" que dan énfasis y eso hace más fácil eliminar algunas
- Cuando se mueve un Driver afecta a otros hay un problema de balance y armonía
- Puede agregar otros que le parezcan más relevantes

