

TEMA 2.2

COMPONENTES

DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIOS

Definen la lógica de una compañía a nivel estratégico.

MODELADO DE NEGOCIOS

Se enfoca en el diseño de los procesos del negocio a nivel operacional.

MODELO DE NEGOCIO

Representa cómo una empresa hace o pretende hacer dinero convirtiendo su innovación en ganancias.

...COMPONENTES...

Creados por:

→ Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Christopher L. Tucci

FABRICANTE

Cada modelo incluye la entidad que ofrece un producto o servicio. En la mayoría de los modelos la propia empresa lleva esta posición.

PROPOSITO DE OFERTA DE VALOR

La propuesta de valor es el valor percibido que tus productos proporcionan como la solución al problema o necesidad del consumidor.

SEGMENTO DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo es el grupo de consumidores de tu plan para ofrecer el valor de tu producto.

CANAL DE DISTRIBUCION O DE MOVIMIENTO

How: llegar tu producto a su mercado objetivo desde la publicidad hasta la venta. (Establece los medios)

RELACION DEL CONSUMIDOR

Los compromisos en la manera de establecer relaciones con tus diferentes segmentos de clientes. Define cómo ganas su confianza y ofreces tu producto.

CONFIGURACION DE VALOR O DE RECURSOS

La manera de utilizar las actividades, el personal y los recursos necesarios para producir el producto. Esta configuración es la base de tus estructuras de costos e ingresos.

COMPETENCIA SUBYACENTE

Conocimientos básicos, habilidades, capacidades y conocimientos necesarios para producir tu producto. Inicialmente descansa en el propietario innovador y el equipo.

COMPAÑEROS DE LA RED O DE AFILIACION

La red de socios representa acuerdos entre empresas para comercializar y producir el producto. Incluyen proveedores de materiales y piezas, puntos de venta, transportistas, agencias de publicidad y medios de comunicación.

ESTRUCTURAS DE COSTOS

Son los gastos necesarios para fabricar un producto o servicio. Esto incluye costos fijos como arrendamientos o pagos de la hipoteca y los costos variables (investigación y desarrollo).

VIA DE INGRESOS

Las formas que una empresa hace ingresos. De manera más frecuente se trata de ingresos por ventas. También hace referencia a la mercancía vendida y devoluciones.