

Taller de Ingeniería Industrial 1

R. Díaz, S. Balmaceda, S. Pribnow

Agenda



- (a) Modelo de negocios
- (b) Distinción “escuchar”
- (c) Desarrollo de negocios basado en clientes

Modelo de Negocio

A red octagonal stop sign with a 3D effect, featuring a grey shadow on its right side. The word "STOP" is written in large, bold, white capital letters across the center.

STOP

Pero...
¿qué es?

“Un modelo de negocios describe la lógica de cómo una empresa crea, entrega y captura valor”

*¿PERDÓN
QUÉ?*

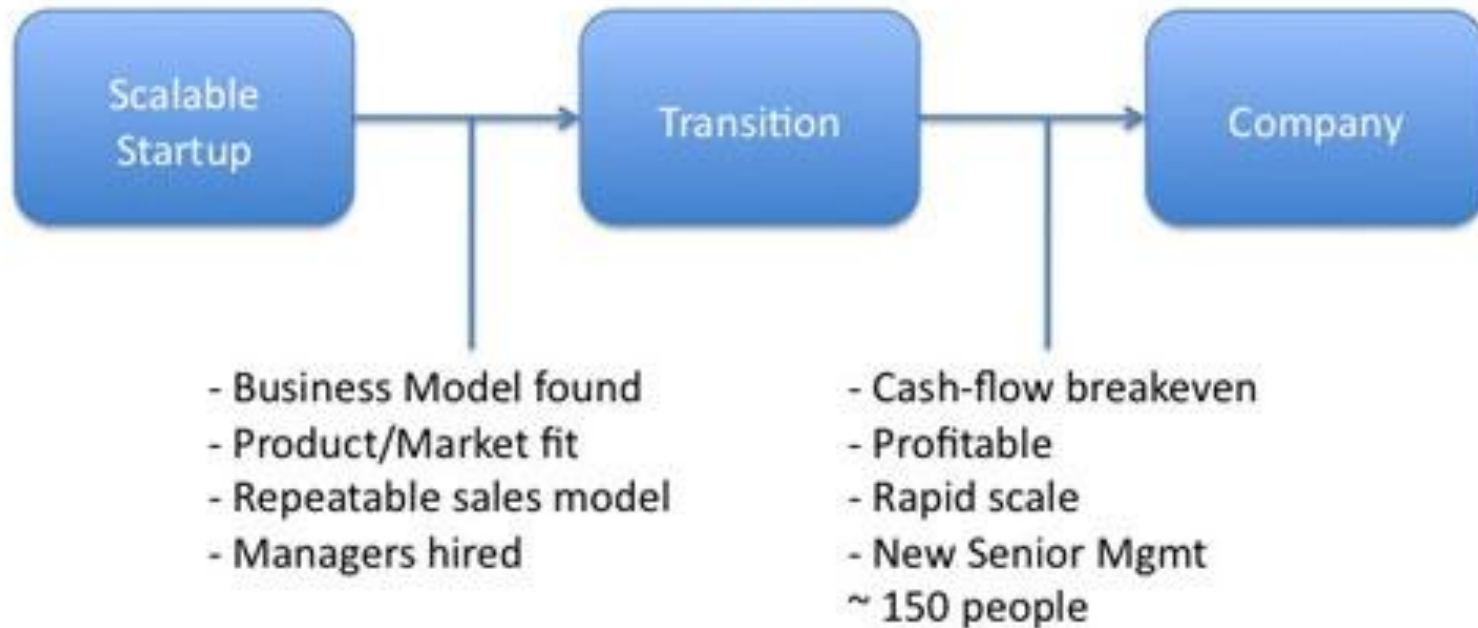


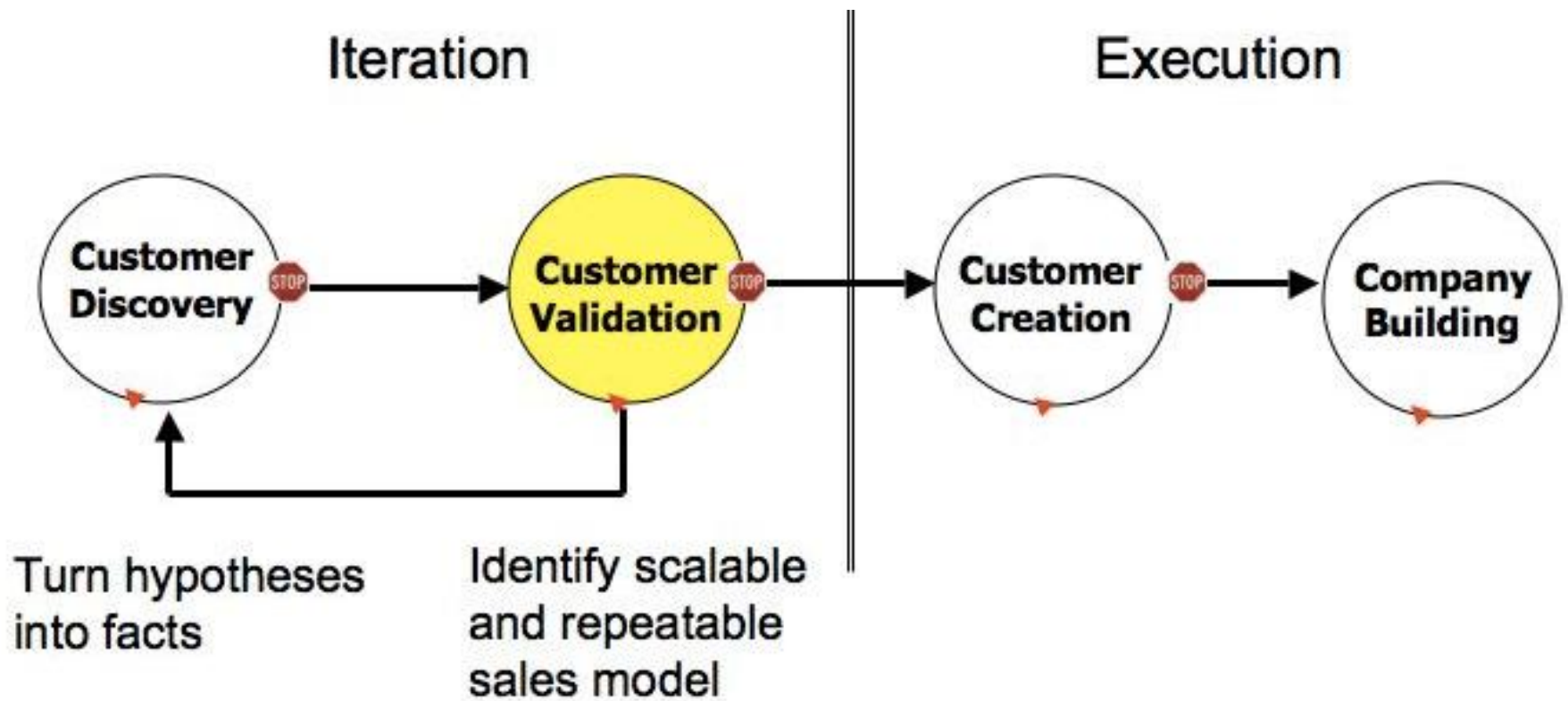
Tratemos de responder:

- ¿Quiénes son **mis clientes**?
- ¿Cuál es mi **propuesta de valor**?
- ¿Por qué **canal** de distribuyo mi producto?
- ¿Cómo me **relaciono** con mis clientes?
- ¿Cómo genero **ingresos**?

The Search for the Business Model

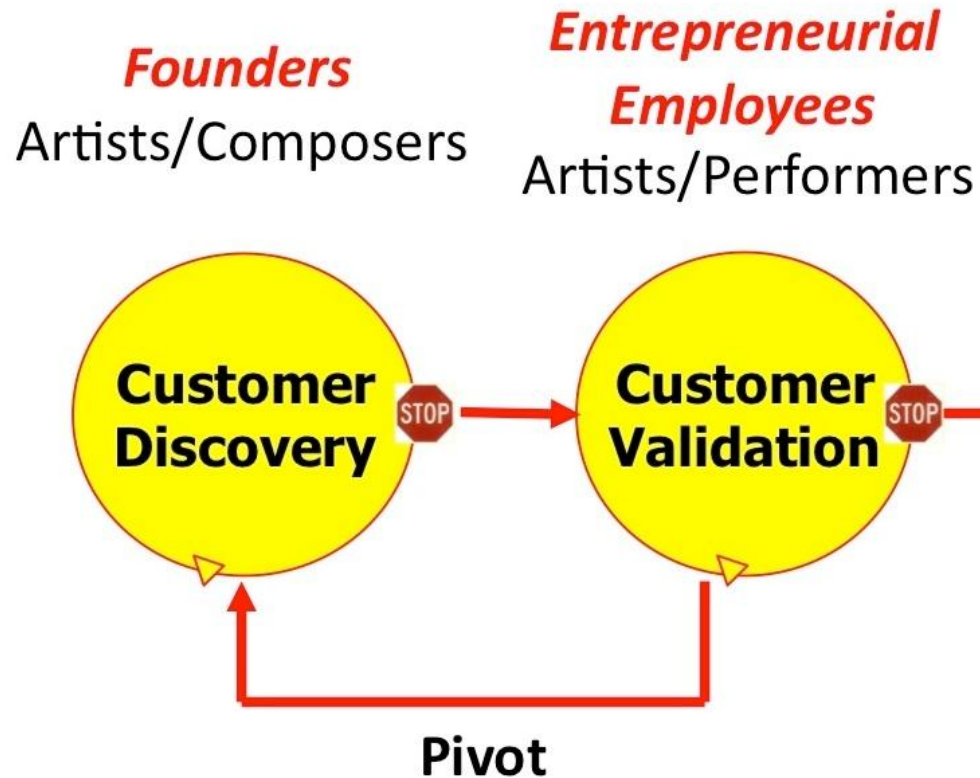
The Execution of the Business Model





ART

Search for a Business Model



Google™

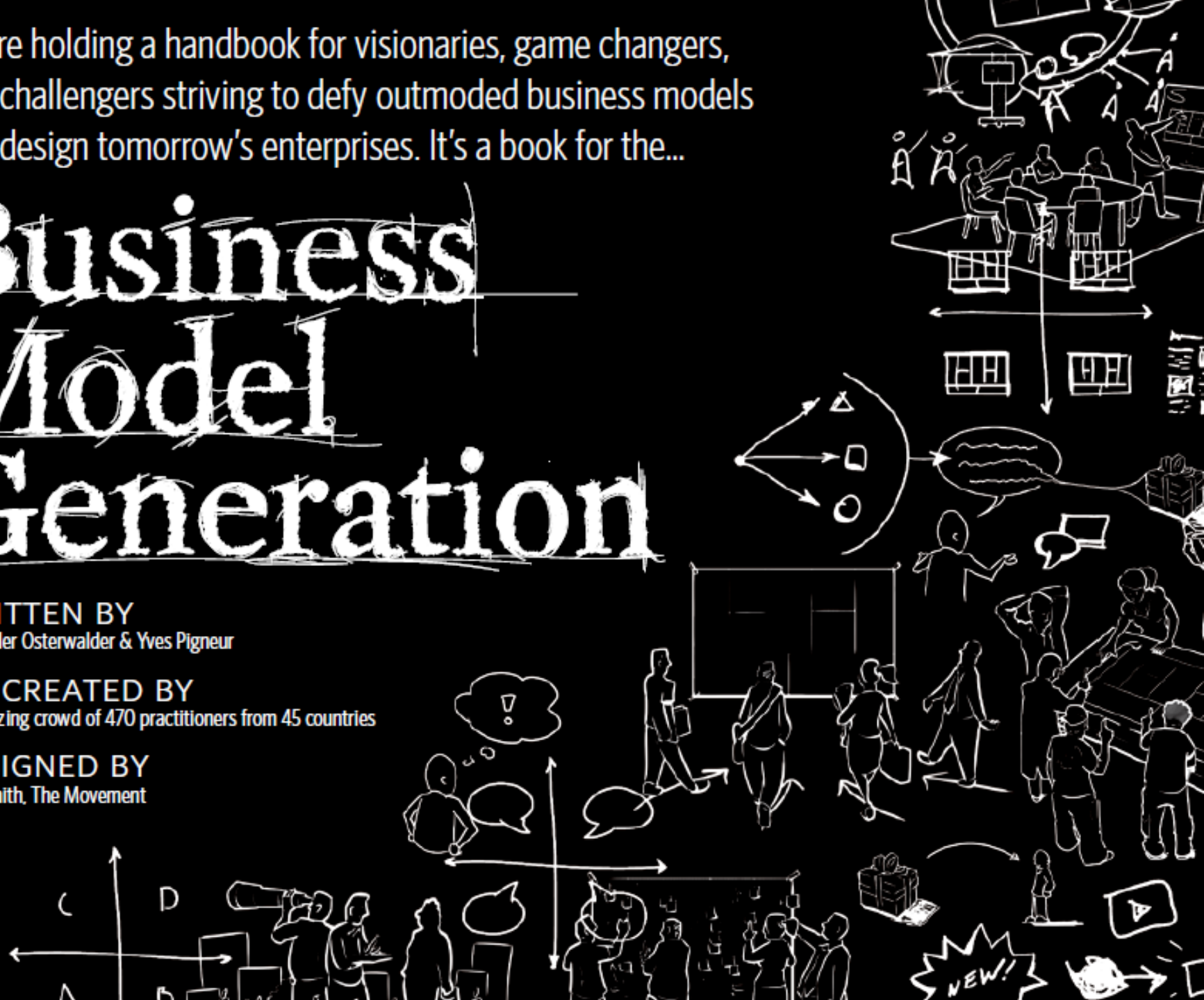
You're holding a handbook for visionaries, game changers,
and challengers striving to defy outmoded business models
and design tomorrow's enterprises. It's a book for the...

Business Model Generation

WRITTEN BY
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

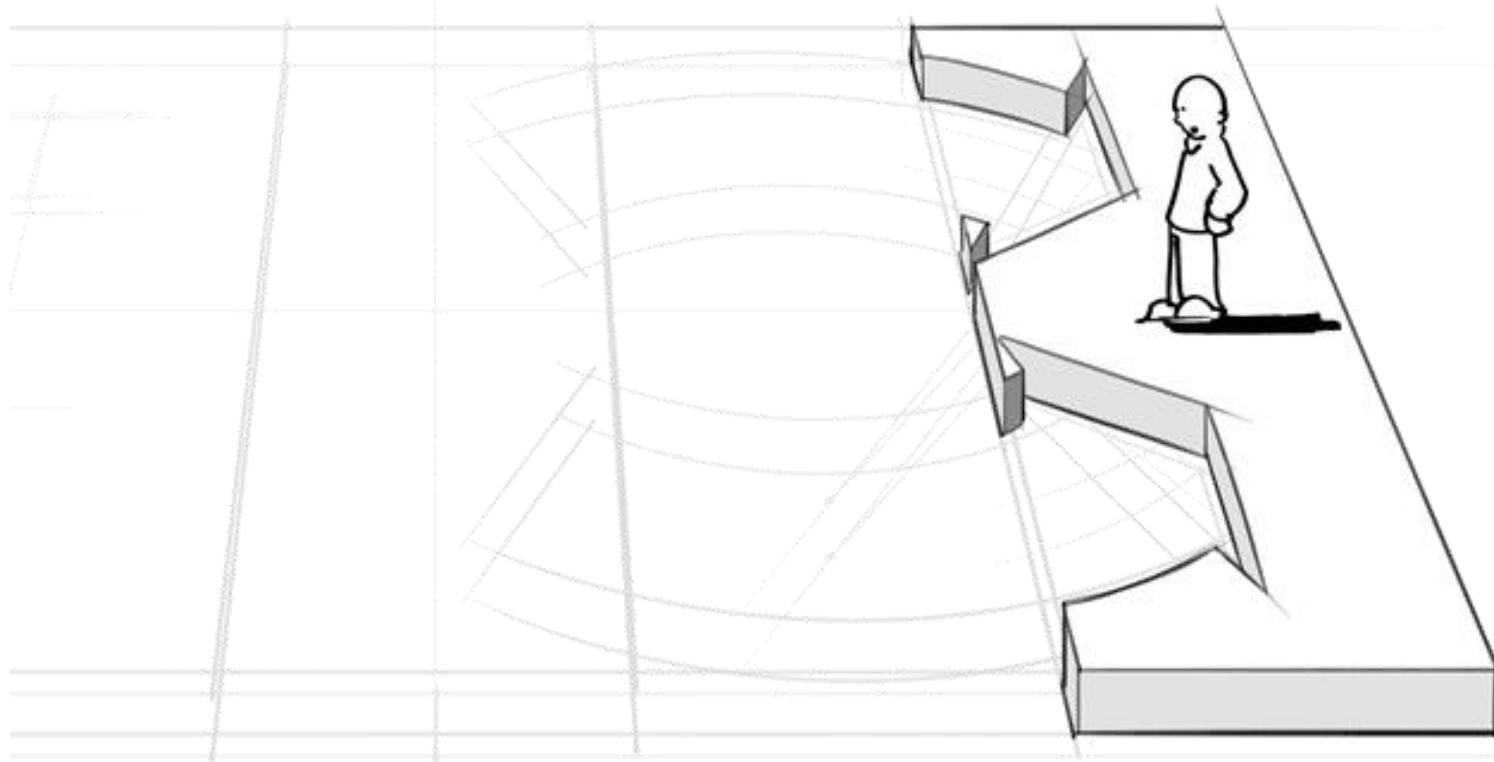
CO-CREATED BY
An amazing crowd of 470 practitioners from 45 countries

DESIGNED BY
Alan Smith, The Movement



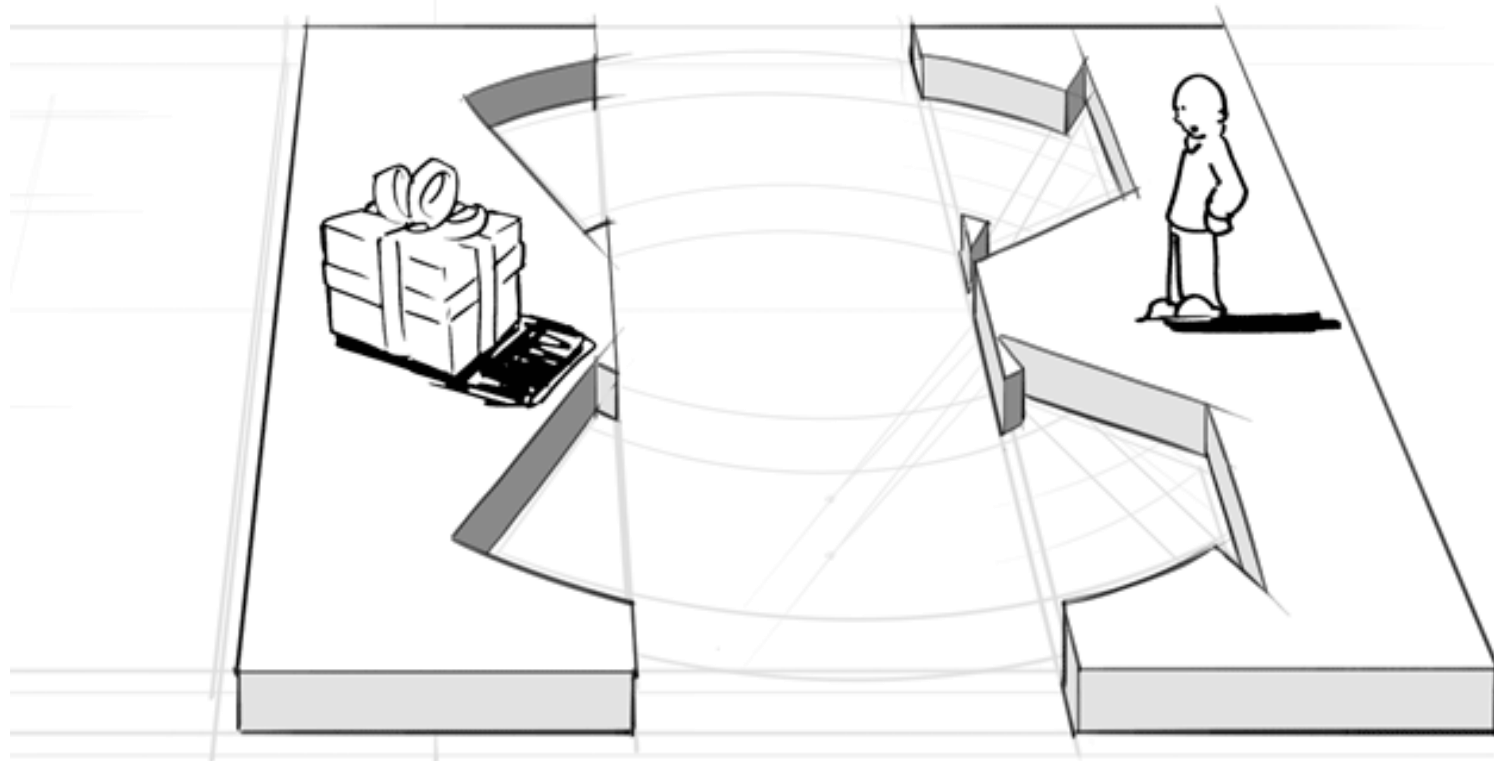


INGENIERIA INDUSTRIAL
UNIVERSIDAD DE CHILE



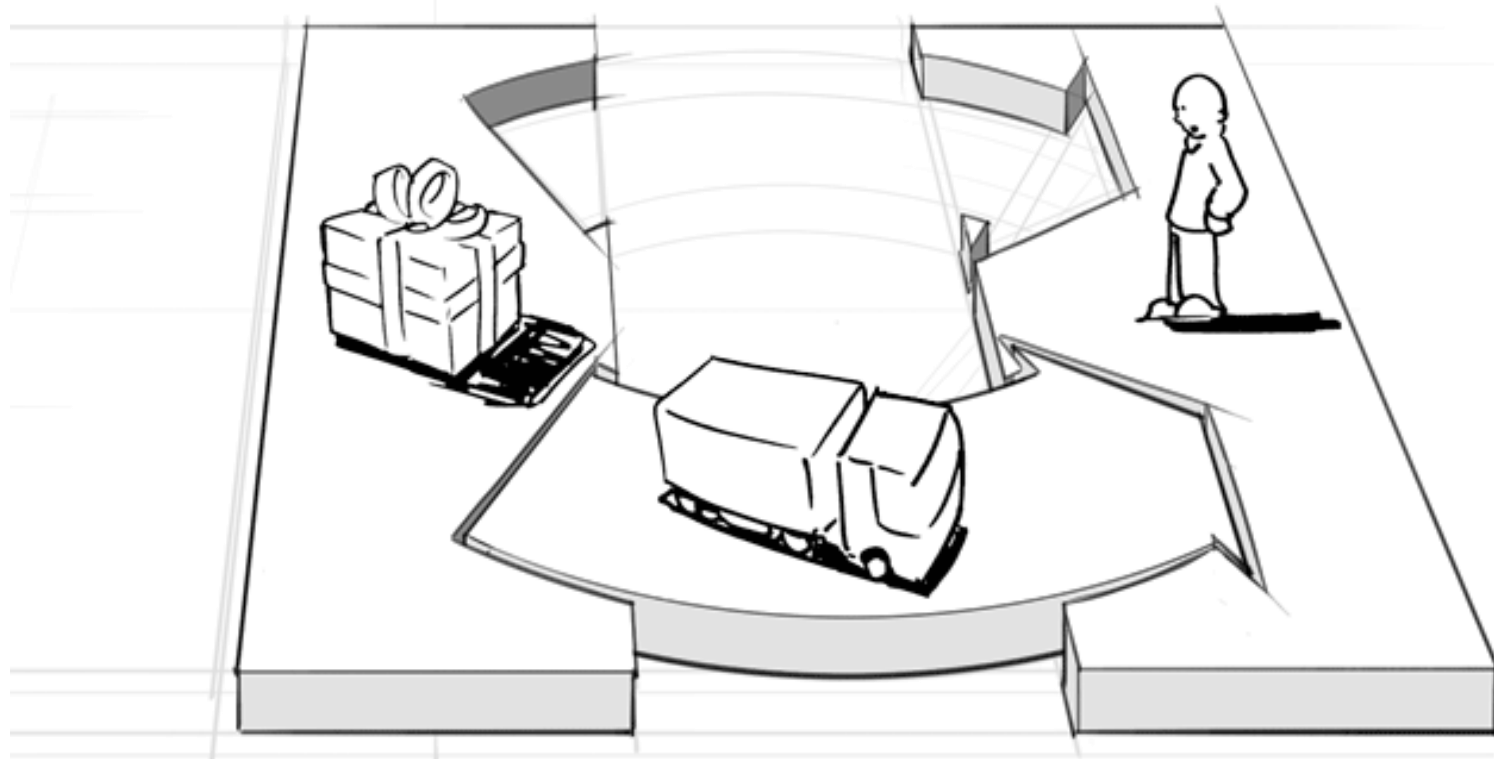
¿A qué clientes y usuarios atiendes?
¿Qué tareas quieren ellos que les hagas?

Propuesta de Valor



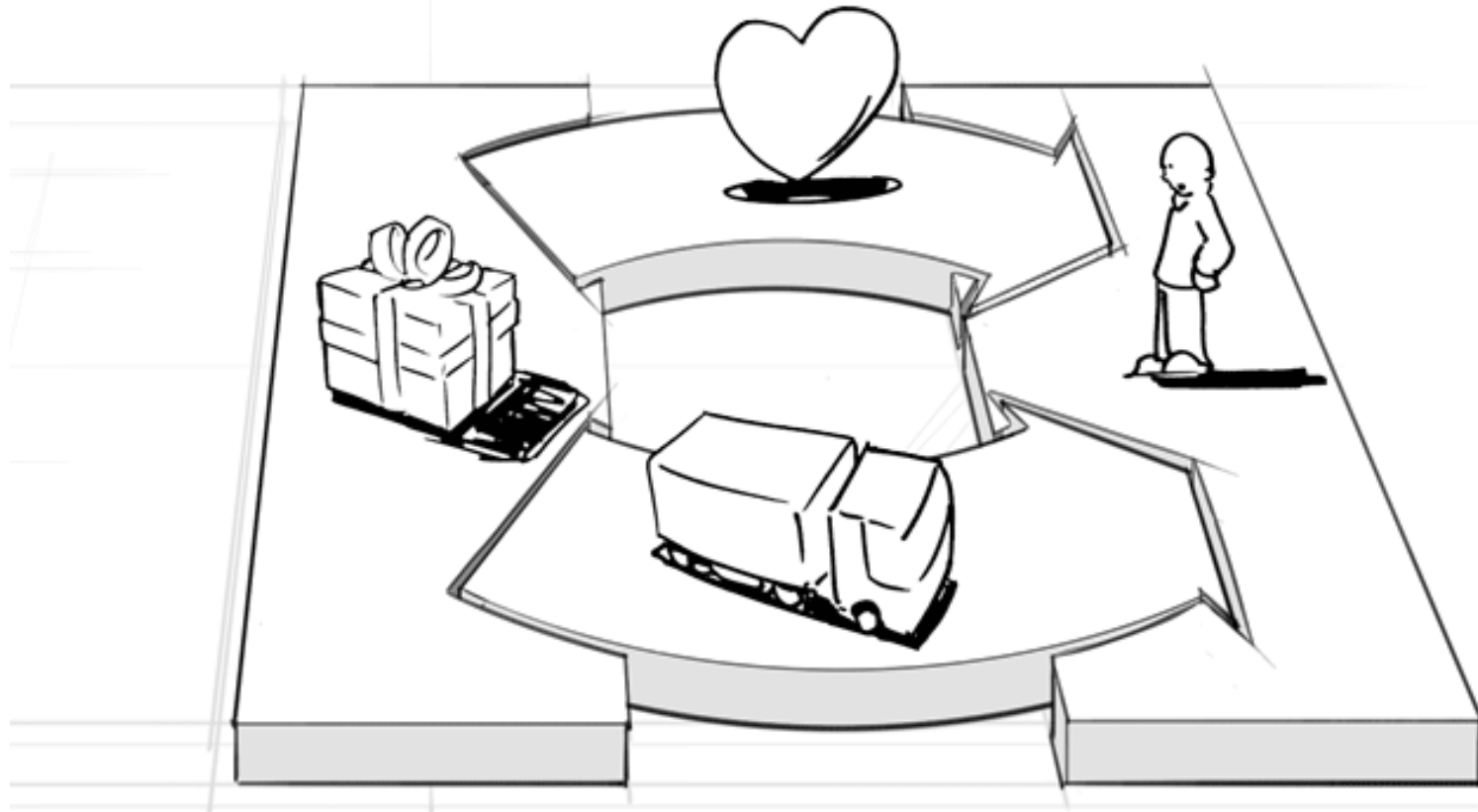
¿Qué les estás ofreciendo?
¿Qué se está haciendo para ellos? ¿Les importa?

Canal



¿Cómo quieren ser contactados en cada segmento?
¿A través de qué puntos de interacción?

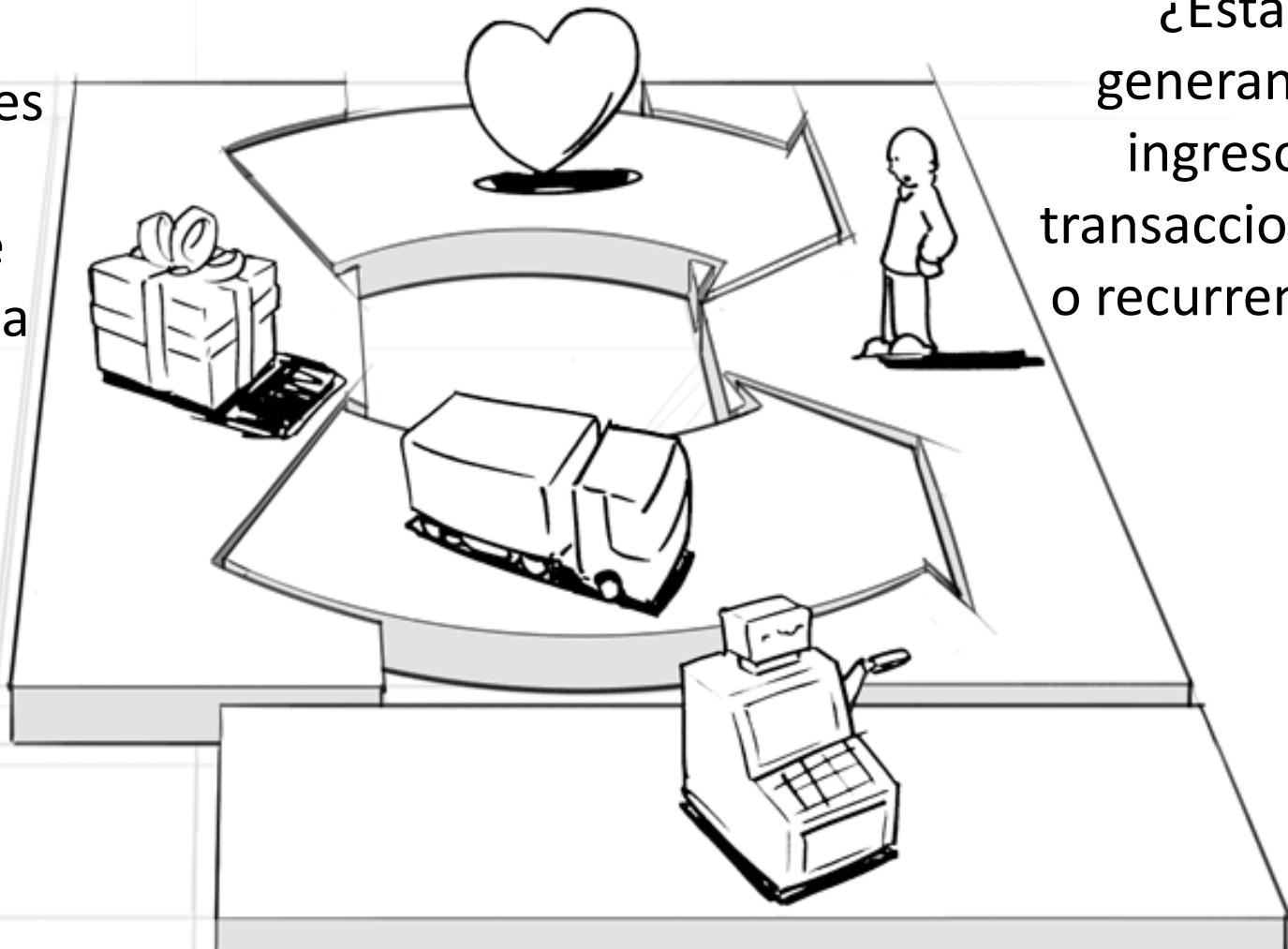
Relación con el cliente



¿Qué relaciones estás estableciendo con cada segmento? ¿Personal?
¿Automatizada? ¿Adquisitiva? ¿Retentiva?

Flujos de ingresos

¿Qué clientes
están
realmente
dispuestos a
pagar?
¿Cómo?



¿Estás
generando
ingresos
transaccionales
o recurrentes?

De vuelta con Google™

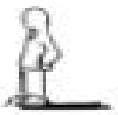
*Value
Proposition*



*Customer
Relationships*



*Customer
Segments*



Anuncios Dirigidos



Publicistas

Búsqueda Gratis



**Navegadores
Web**

Monetizar Contenido



**Creadores de
Contenido**

Channels



*Revenue
Streams*



*Value
Proposition*



*Customer
Relationships*



*Customer
Segments*



Anuncios Dirigidos

Publicistas

Búsqueda Gratis

Navegadores
Web

Monetizar Contenido

Creadores de
Contenido

Channels



*Revenue
Streams*

Subasta de palabras



Gratis

EJERCICIO

A black and white photograph of Darth Vader from Star Wars. He is wearing his iconic helmet and suit, and is holding a large, folded newspaper in front of him, as if he is reading it. The newspaper has some text and a small image on it, though it is not clearly legible. The background is a simple room with a window and some furniture. The lighting is dramatic, with strong shadows.

***ESCUCHAR:
El lado oculto
del LENGUAJE***

***Escuchar
no es oír***



CONVERSACIONES GEEK

ESCUCHAR= oír + interpretar



Sintonizar con el otro es preocuparse por:

- *Familiarizarse* con los intereses e intenciones del otro
- *Comprender* lo que intenta transmitirme
- *Dar muestras* que lo entiendo

ESCUCHAR

Juicios y Afirmaciones

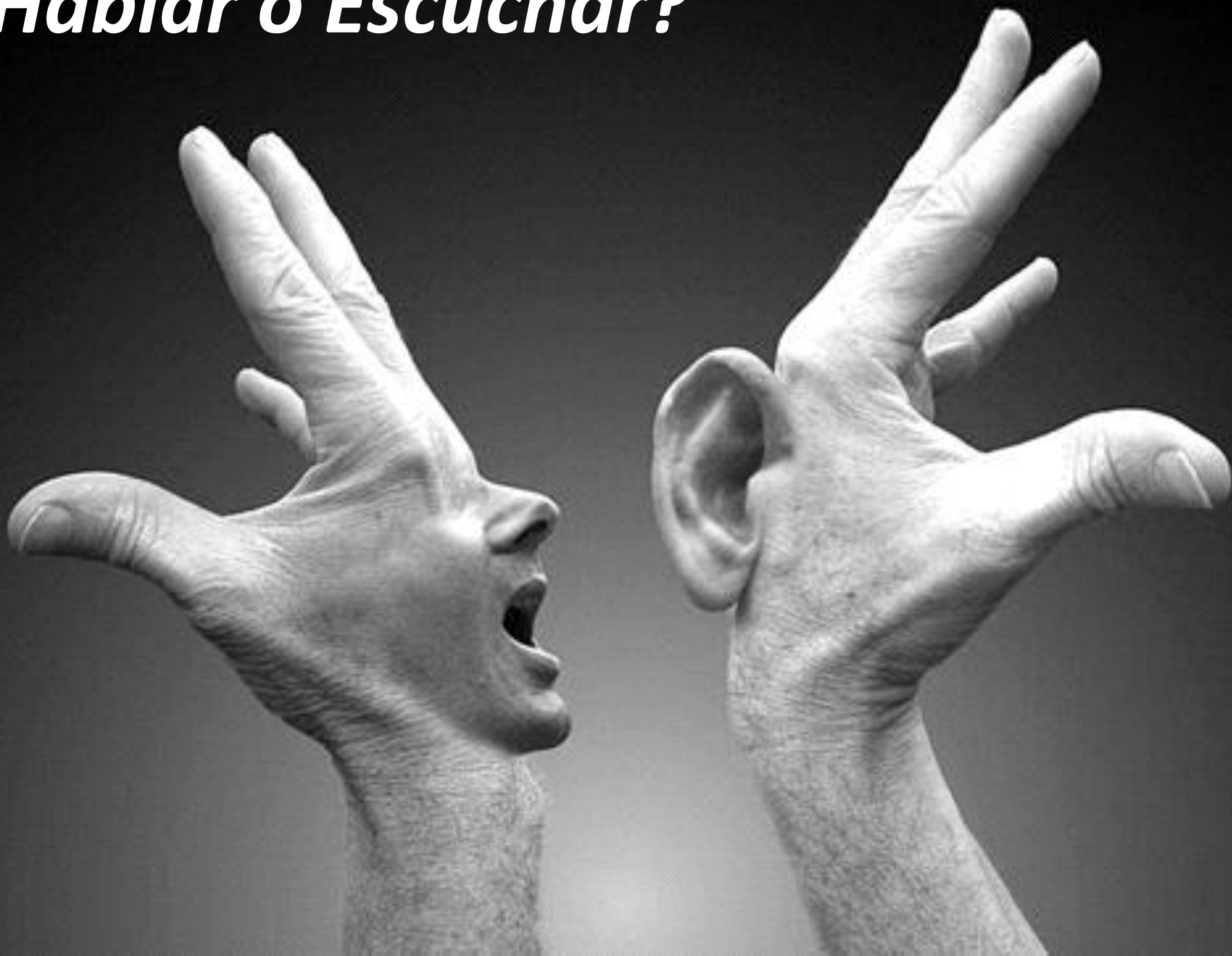
Propios paradigmas

Estados de ánimo y actitud

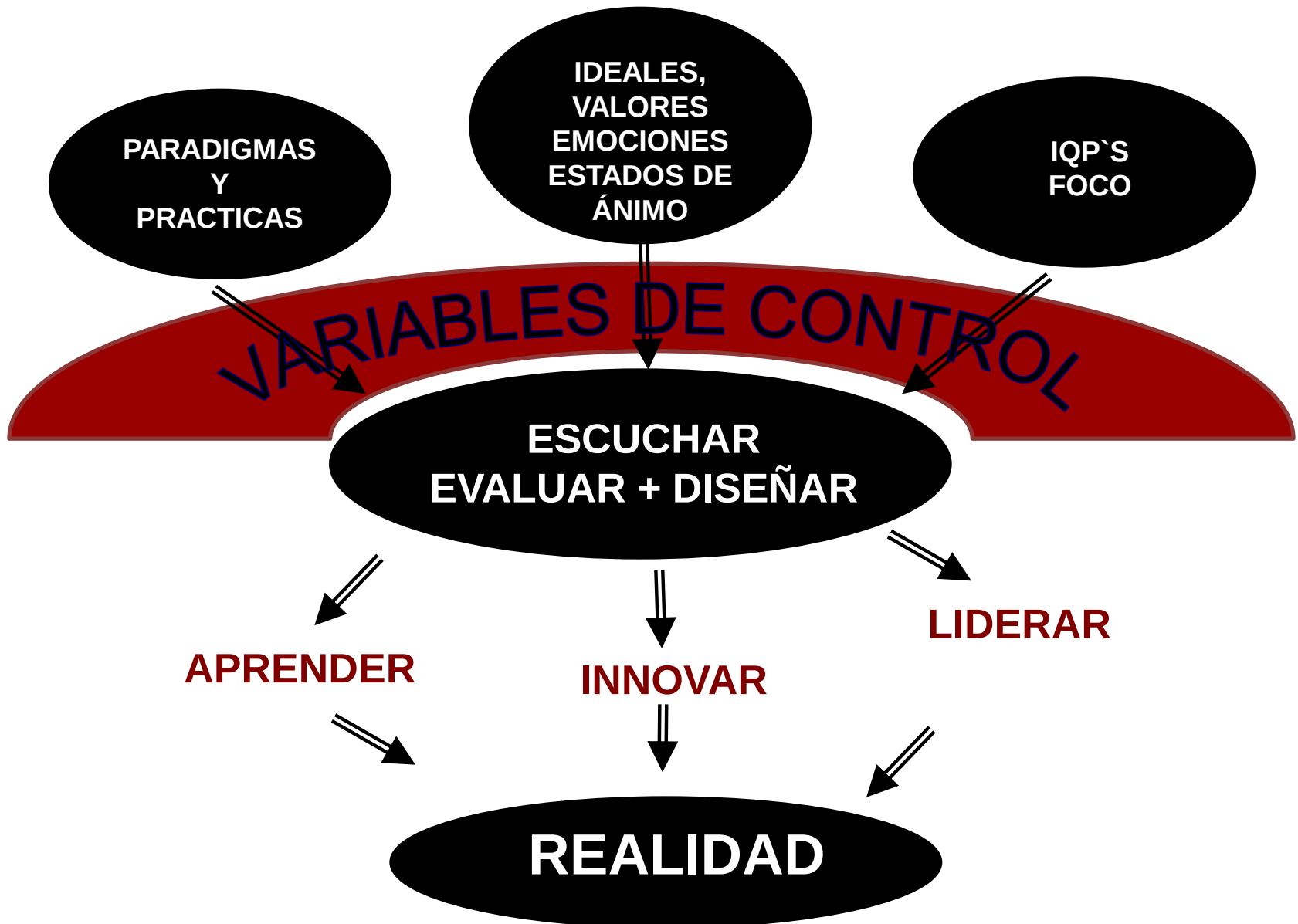
Experiencias personales



¿Hablar o Escuchar?



LA CIENCIA Y EL ARTE DE ESCUCHAR



**¿PROYECTOS DE
INGENIEROS?**

**ESCUCHAR
CLIENTES**

EJEMPLOS

LA POLAR



Utilidades de La Polar llegan a \$6.999 millones en el primer trimestre

Las ventas crecieron un 15,1% en igual período.

30/04/2008 - 11:32

 [IMPRIMIR](#)  [ENVIAR](#)

La Polar aumentó sus utilidades a \$6.999 millones al primer trimestre de 2008, resultando 5,1% superiores a las obtenidas en igual período de 2007, cuando alcanzaron a \$6.660 millones.

Este mejor resultado se explica por un crecimiento de 15,1% en las ventas, las que totalizaron \$90.574 millones los tres primeros meses de 2008, comparados con los \$78.710 millones obtenidos a marzo de 2007.

De acuerdo a los antecedentes financieros entregados por la empresa a la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), este mejor resultado se explica además por un crecimiento en las ventas de las tiendas ya existentes, los mayores ingresos por la incorporación de cinco tiendas a la cadena y un aumento en los ingresos generados por los productos financieros asociados a la tarjeta de crédito.

La Polar, que cuenta en la actualidad con 37 tiendas y 141.000 metros cuadrados de salas de ventas, se encuentra desarrollando un agresivo plan de expansión, que la llevará a tener 46 tiendas desde Arica a Punta Arenas hacia fines del año 2010.



Mariana Lopez
EXTRA LINDAS
MODA A TU MEDIDA





Sebastián Balmaceda



unIMARC

EN TU MES UNIMARC TE REGALA

20 CENAS EN TU CASA CON TODO
INCLUIDO

Y

100 SET DE BATERÍAS DE COCINA



Por cada \$3.000 de compras en los locales
adheridos, exige tu cupón al final de boleta e
ingresa el código en www.unimarc.cl y
automáticamente estarás participando.

PARTICIPA AQUÍ



El supermercado del grupo **Saieh** volvió a ser un actor relevante del mercado. **Su top of mind pasó de 2% en 2008 a un 13% en julio de 2010. La recordación espontánea llegó al 60% en julio de 2010, y a un año del relanzamiento, las ventas por m2 aumentaron un 7,4% el primer año.** Las cifras se alcanzaron porque la empresa se propuso a través de su relanzamiento, recuperar la marca con un posicionamiento único, con un top of mind sobre el 10%, un recuerdo espontáneo sobre el 50%, y crecer sobre el 5% en ventas el primer año. La estrategia de su comunicación se basó en alejarse del lenguaje del precio y posicionarse como “experto en comidas”.

<http://www.infonegocios.cl/>



Unimarc Las Tranqueras

**COME MEJOR
SIN PAGAR DE MÁS**

**ESTAMOS
LISTOS
PARA TI**



Av. Vitacura 8400



Taller de Ingeniería Industrial 1

R. Díaz, S. Balmaceda, S. Pribnow

QUE NOS CORTEN SIN PIEDAD NO ME MOLESTA TANTO
COMO EL HECHO DE QUE LUEGO NOS DISFRACEN DE TRAVESTIS.

