



TRABAJAR LA IDEA DE NEGOCIO

Una vez de que hemos trabajado y visto diferentes métodos para trabajar la idea, comenzaremos a trabajar una idea concreta.

¿Cómo trabajar una idea de negocio?

- **ACTIVIDAD:**

1.-Elijamos una idea de negocio utilizando uno de los métodos que hemos aprendido: resolución de problemas, análisis de necesidades, etc. Una vez que tenemos la idea la vamos a desarrollar.

Mi idea es:

El producto o servicio que voy a vender en el mercado es:

Creo que puede ser una idea viable porque:

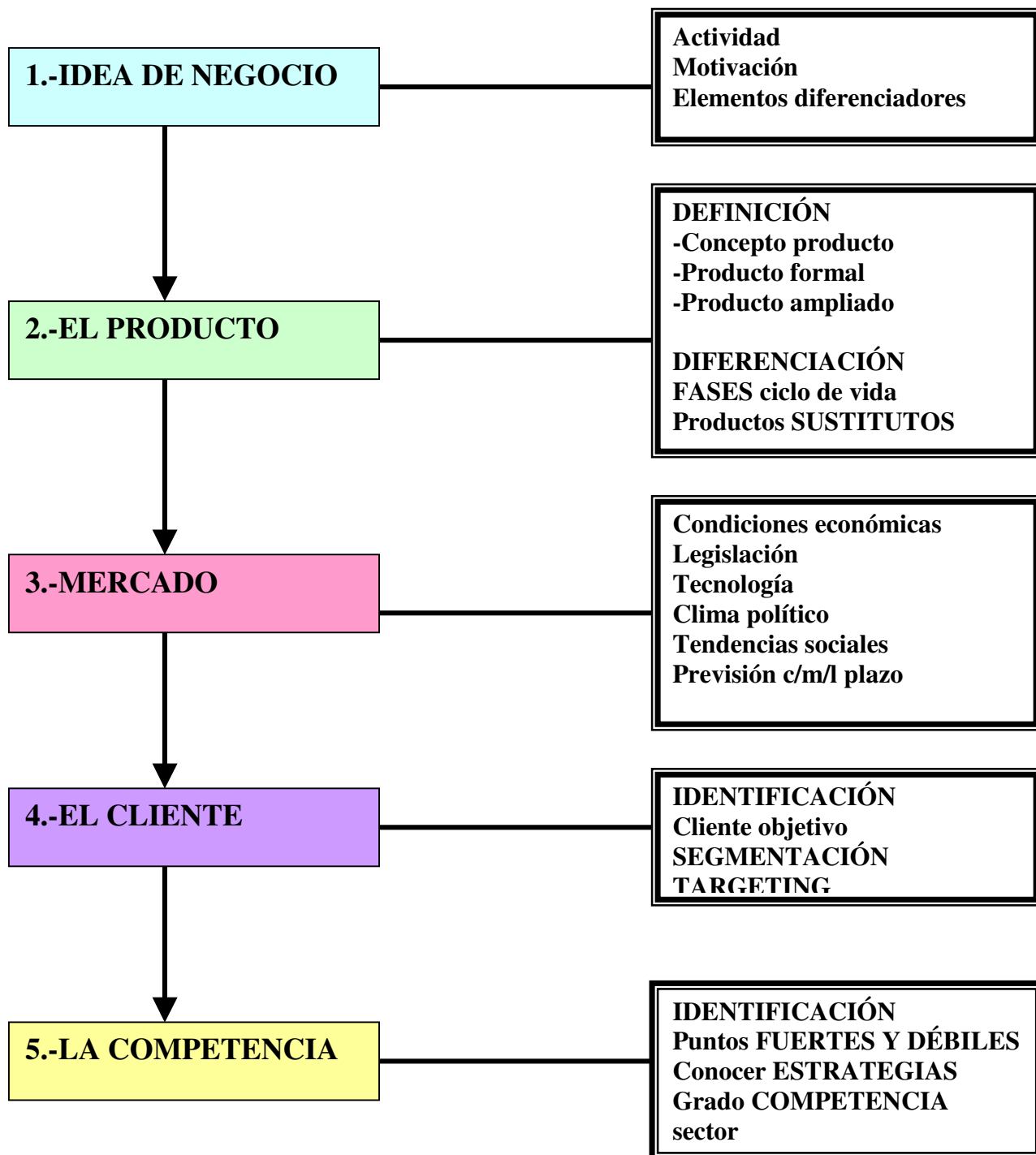
La demanda que existe de mi producto es:

El valor añadido de mi producto es:

¿Qué hacer a partir de tener definida la idea de negocio?



Hay que hacer un análisis actual y de futuro del *producto*, *mercado*, *cliente* y *competencia*



ANÁLISIS DEL PRODUCTO ACTUAL Y FUTURO

❖ DEFINICIÓN

Concepto producto:

Atributos, beneficios, función básica...

Producto formal:

Aspectos externos, locales, marca, identidad corporativa, formas de comunicación,...

Producto ampliado:

Servicios añadidos, post-venta, entrega garantía, reclamaciones, horario,...

❖ DIFERENCIACIÓN con otros productos o servicios

❖ Fases CICLO DE VIDA PRODUCTOS

Introducción

Crecimiento

Madurez

Declive

❖ AMENAZA productos SUSTITUTOS

EL MERCADO

❖ SITUACIÓN ACTUAL:

Condiciones económicas

Tecnología

Clima político

Tendencias sociales

Reglamentación legal

❖ PREVISIÓN C/M/L PLAZO

❖ ESTACIONALIDAD

❖ EXISTENCIA CANALES

❖ DISTRIBUCIÓN OBLIGADOS

IDENTIFICACIÓN CLIENTE CUANTITATIVA Y CUALITATIVAMENTE

❖ IDENTIFICACIÓN CLIENTE Y CARACTERÍSTICAS

Quién compra

Qué compra

Dónde

Porqué

Cómo

Cúanto

Cuándo

Cada cuánto

Medios de pago

❖ DEFINICIÓN TIPOLOGÍA DE LA CLIENTELA

Clientela identificable y limitada

-Clientela localizada en una zona geográfica

-Clientela difusa

-Mercados gran consumo

❖ CUANTIFICACIÓN NUMÉRICA ACTUAL Y FUTURA

❖ POTENCIAL CONSUMO ACTUAL Y FUTURO

IDENTIFICACIÓN COMPETENCIA CUANTITATIVA Y CUALITATIVAMENTE

- ❖ IDENTIFICACIÓN COMPETENCIA Y CARACTERÍSTICAS
- ❖ CUOTA MERCADO COMPETENCIA
- ❖ VENTAJAS E INCONVENIENTES COMPARATIVOS
- ❖ GRADO COMPETENCIA SECTOR

Fuerza de clientes

Fuerza de proveedores

Productos sustitutivos

Grado concentración sector

Barreras entrada

Barreras salida

VALORACIÓN ACTUAL Y FUTURA

