



## ¿Sabe cual es su modelo de negocio?

Si no lo conoce, cómo quiere innovarlo

¿Por qué es tan difícil innovar en el modelo de negocio?

Muchas empresas no innovan su modelo de negocio, por qué no saben cual es su modelo de negocio. No saben cuáles son las claves de su éxito o de su fracaso. Desconocen que partes de su negocio son las que les hacen ser competitivos y qué partes de su empresa están obsoletas y deben ser sustituidas.

Si no conocemos donde lo estamos haciendo bien y donde mal, es imposible que saber cuándo y dónde incidir para continuar siendo competitivos.

¿Qué entendemos por modelo de negocio?

Modelo de negocio es la manera en la que una empresa crea, produce y suministra productos y servicios de valor añadido a sus clientes. El modelo de negocio está formado por tres áreas clave:

Primero, la **estrategia empresarial**: La propuesta de valor (productos y servicios) y los clientes/mercados a quién son ofrecidos.

Segundo, los **recursos estratégicos**: todo aquello que la empresa necesita para elaborar dichos productos y servicios (personas, máquinas, metodologías, infraestructuras, proveedores, etc.)

Tercero y último, **relación con los clientes**: cómo la empresa llega a sus clientes, con qué imagen y qué percepción genera.

→ El modelo de negocio de una empresa, su éxito, su fracaso dependerá en cómo defina estos elementos y como se relacionan reforzándose unos a los otros.

→ La mayoría de las empresas, no disponen de una sistemáticas que les permitan:

- describir su modelo de negocio,
- identificar dónde innovarlo para seguir siendo competitivas.

Para profundizar, ver curso elearning: *Reinventando la empresa, como innovar con éxito en nuestro modelo de negocio.*

<http://www.invintia.com/elearning>

### PROPUESTA DE INNOVACIÓN



**Comprenda su modelo de negocio e identifique donde es necesario innovarlo**

**1) Analice y describa que es lo que está ofreciendo a sus clientes.** No se quede en la simple descripción del producto y/o servicio. Si lo analiza bien, quizá su producto/servicio es básicamente igual al de sus competidores, entonces:

- ¿por qué nos compran a nosotros y no a nuestros competidores? ... por nuestro alto nivel de atención al cliente, por la gran imagen de fiabilidad, porque estamos más cerca, porque fuimos los primeros en ofrecérselo, porque nuestros productos son únicos ...
- Y los clientes que no nos compran ¿por qué? Porque nuestro tiempo de entrega es alto, por nuestra falta de adaptación a sus necesidades, por mal servicio de atención al cliente, porque nuestra imagen no está tan cuidada como debería, porque no sabemos como llegar ...

**2) Defina cuales son sus clientes objetivo, e identifique:**

- ¿cómo están evolucionando en sus necesidades?
- De todo lo que espera y que ya le estamos ofreciendo, ¿se lo estamos dando en el nivel que desea?
- ¿Se lo estamos ofreciendo pero sin ser conscientes?
- ¿Qué es aquello que espera y no le estamos dando?

Consulte directa o indirectamente a sus clientes para saber lo que realmente necesitan e indague cómo lo están haciendo sus competidores.

→ Resultado de este análisis, cruzando la información, descubrirá los elementos clave de su modelo de negocio (clasifíquelos según las tres áreas descritas)

→ **Sea crítico** identificando los que funcionan (que de momento no hay que tocar), y los que no funcionan que hay que cambiar, sustituir o eliminar.

→ **Diseñe un plan** de propuestas de acción, no se quede simplemente con las **soluciones** que aplica su competidor, **innove**, busque otras **diferentes** y atreva a **eliminar** cosas que no aportan valor (pero que por inercia, el sector siempre da) y porque muchas veces los clientes no saben lo que quieren hasta que lo ven, **sorpréndalos** con algo que no se esperan.