

Michael stiven Rivera Leal

Institución educativa técnica empresarial miguel de cervantes
Saavedra

Grado Once

Desarrollo

- **1- Segmento de mercados:** ¿Para quién creamos valor?
- Para que los clientes sepan cuánto tendrían que pagar por el producto y necesitamos agregarle un valor del uso de ese producto
- **2- Propuesta de valor:** ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes? ¿Qué problema estamos ayudando a solucionar? ¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos? ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado ?
- Es el total de ingresos que aporta el consumidor a tu negocio durante toda la vida de la empresa. Es una métrica muy importante y se utiliza al tomar decisiones sobre ventas, marketing, desarrollo de productos y asistencia al cliente.
- Estamos ayudando al medio ambiente y ahorrarle más dinero a los padres de familia y a mejorar la salud de los bebés
- Los satisfacemos en la necesidad a mejorar económicamente, el mal olor en la casa, a evitar los moscos y a mejorar el alrededor.
- **3- Canales de distribución:** ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado? ¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes? ¿Cómo se conjugan nuestros canales? ¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?
- Nuestros canales de información sería por medio de las redes sociales por ejemplo. Facebook, WhatsApp, Instagram y telegram

Desarrollo

- **4- Relaciones con el cliente:** ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado? ¿Qué tipo de relaciones hemos establecido? ¿Cuál es su costo? ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?
- Directa: aquella en la que tus clientes contactan contigo directamente para conseguir tu propuesta de valor. Personal: a través de una comunicación directa, por ejemplo: cara a cara o por vía telefónica.
- Los clientes pueden llamarnos para llevarles el producto por a domicilio o si quieren venir hacer la compra presencialmente
- El precio de los pañales ecológicos sería de 13 mil pesos vendrían 6 pañales
- Se integraría ayudando a los padres de familia y a los bebés y al medio ambiente
- **5- Fuentes de ingresos:** ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente? ¿Cómo les gustaría pagar? ¿Cuál es el total de ingresos?
- Por el valor de 13 mil pesos y podríamos rebajarlo por 12 mil pesos
- Yo he visto unos pañales de 20 mil pesos y son desechables, entonces quise hacer pañales con material no desechable y a un precio más económico, Podrían pagar por nequi o por efectivo
- Serían 40 paquetes de 6 unidades de pañales ecológicos a 13 mil pesos daría un total de 520.000 mil pesos

Desarrollo

- 6. Recursos Claves : ¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con el cliente y fuentes de ingresos?
- Analizando cada empresa con los valores de sus productos, los canales de distribución serian por Facebook, WhatsApp, Instagram y telegram
- 8. Asociaciones clave: ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?
- Los socios clave serian nuestros propios trabajadores y clientes porque ellos son la clave para sacar la empresa adelante, Ser responsables, llegar puntual al trabajo y ser muy dedicados a lo que hacen.
- 9. Estructura de costos: ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles son los recursos clave más caros? ¿Cuáles son las actividades clave más caras?
- Los costos más importantes son los materiales que uno vaya a comprar para hacer un producto de buena calidad y que de verdad mejore el ambiente en general, las actividades claves más caras son la responsabilidad y la puntualidad de la hora de hacer un trabajo y de entregar