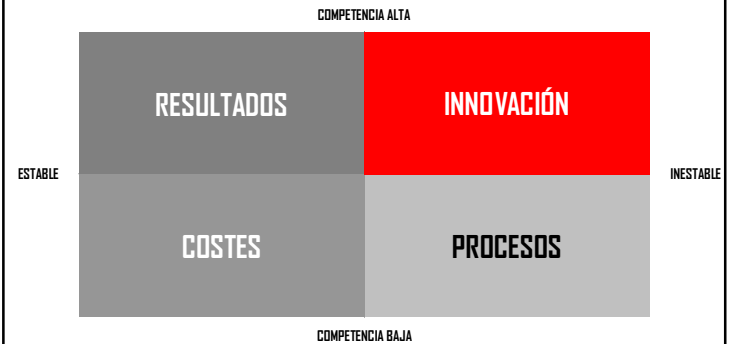


CLAVES, METODOLOGÍA Y LIDERAZGO PARA TRANSFORMAR EL MODELO DE NEGOCIO DE UNA PYME

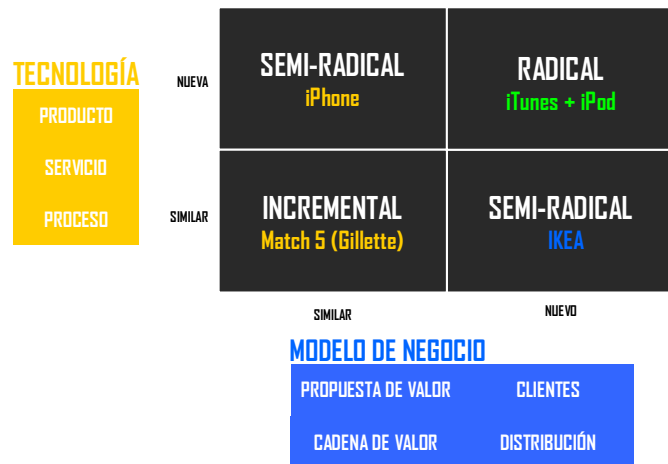
álvaro gonzález-alorda



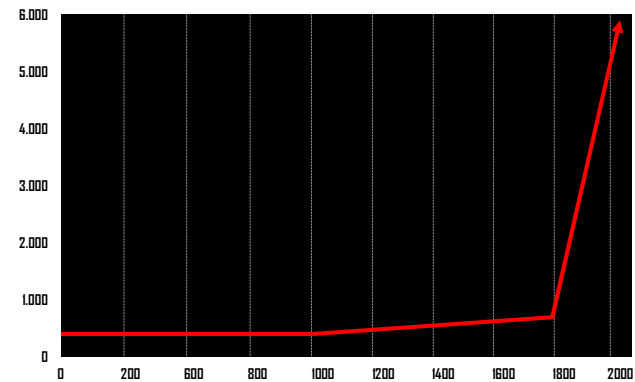
¿Qué pasa en el mercado?



Tipos de innovación



Evolución de la renta per capita mundial





Un ejemplo de los años 80:



John F. Akers
IBM CEO



Bill Gates
Microsoft CEO

Por qué las empresas líderes no suelen ser disruptivas

- Dedicar mucho tiempo a gestionar su propia **complejidad**.
- Al principio, las disruptivas aportan **márgenes bajos**.
- Las disruptivas emergen en **mercados minoritarios**.
- Los **grandes clientes no demandan** (no conocen) las disruptivas.
- Las disruptivas **no añaden un valor claro** a productos consolidados.
- Las disruptivas necesitan **capacidades (personas) distintas**.
- Las disruptivas exigen el **rediseño de los procesos**.

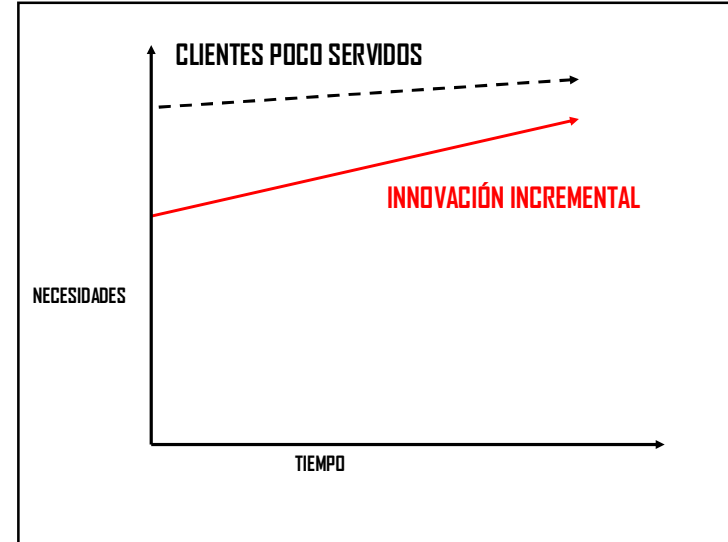
Qué modelos
de negocio está
pidiendo el
mercado.

1

Tipos de cliente / tipos de innovación

TIPOS DE CLIENTE	QUÉ LES PASA	TIPO DE INNOVACIÓN
POCO SERVIDOS	Necesitan más prestaciones.	INCREMENTAL
SATISFECHOS	Están contentos.	INCREMENTAL
SOBRESERVIDOS ✗	Necesitan menos. Y propuestas más simples, fáciles, accesibles...	DISRUPTIVA
NO CLIENTES ✗	Carecen de recursos o de acceso al producto.	DISRUPTIVA

BASADO EN:



GUNITEC
CONCEPT POOLS

[INICIO](#) | [PISCINA NUEVA](#) | [ACTUALICE SU PISCINA](#) | [EQUIPAMIENTO](#) | [GALERÍA](#) | [GUNITEC](#)

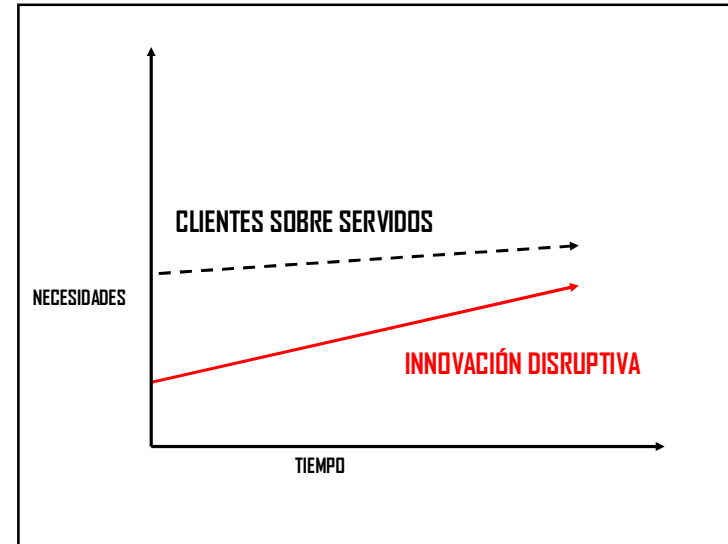
PISCINAS PERSONALIZADAS
Infinitas posibilidades para sus exigencias más particulares

© Gunitec Pool Spa, s.l | José Luis Borges, s/n 03730 Jàvea (Alicante) | Tfn: 902 855 171 | info@gunitec.com

[Contacto](#) | [Acercas de nosotros](#)

MODELO DE NEGOCIO HIGH-END

PROPUESTA DE VALOR Compleja y sofisticada.	CLIENTES Necesitan más.
CADENA DE VALOR Integración y coordinación interna	DISTRIBUCIÓN Gestión de cuentas y personalización



Una nueva forma de ir al médico

HOME

QUÉNES SOMOS

SERVICIOS

- » Urgencias menores
- » Control sobrepeso
- » Deshabit. Tabáquica
- » Cardiochequeo
- » Pruebas alergia
- » Vacunación antigripal

PRECIOS

PAGO

DÓNDE ESTAMOS

CONTACTO

TRABAJA CON NOSOTROS

PRENSA & MEDIOS

NOTICIAS

MiniClinic abre su primer centro médico en el CC. Moraleja Green. Zamborombos. Apertura en la primera semana de julio más información...

BIENVENIDO A MINICLINIC

una nueva forma de ir al médico...

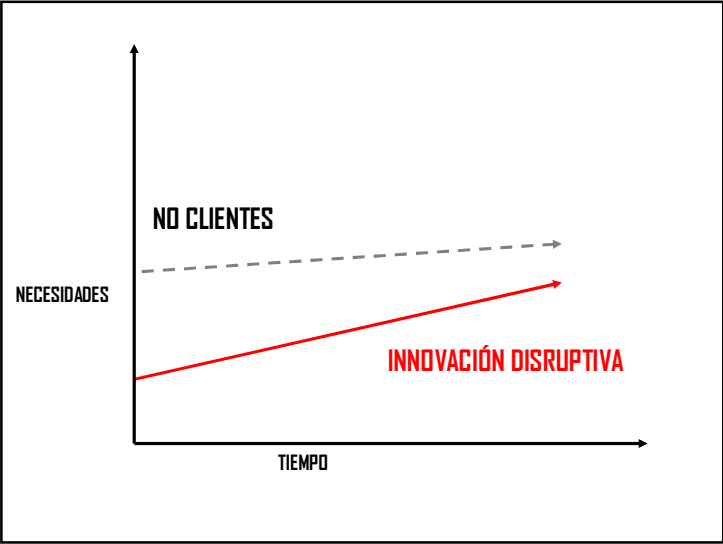
... un médico accesible, sin esperas significativas, en locales modernos situados en centros comerciales, un trato profesional y acogedor. Nuestro personal cualificado (médico y de enfermería) atiende urgencias menores y ofrece diversos servicios preventivos.

+ info

AVISO LEGAL POLÍTICA DE PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS DISEÑO: 0252 © 2008 MiniClinic, all rights reserved.

MODELO DE NEGOCIO LOW-END

PROPUESTA DE VALOR Simple, fácil y accesible.	CLIENTES Necesitan menos.
CADENA DE VALOR Desintegración y redes externas.	DISTRIBUCIÓN E-coordinación y "self-service".



Tipos de cliente / tipos de innovación

TIPOS DE CLIENTE	QUÉ LES PASA	TIPO DE INNOVACIÓN
POCO SERVIDOS	Necesitan más prestaciones.	INCREMENTAL
SATISFECHOS	Están contentos.	INCREMENTAL
SOBRESERVIDOS	Necesitan menos. Y propuestas más simples, fáciles, accesibles...	DISRUPTIVA
NO CLIENTES	Carecen de recursos o de acceso al producto.	DISRUPTIVA

BASADO EN: SEEING WHAT'S NEXT

La polarización de la demanda

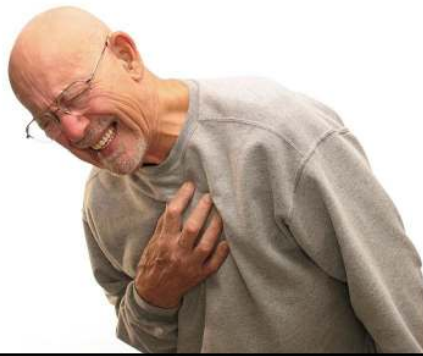


¿Por dónde empezar?

job to be done!
(una tarea que resolver)

Falta de capacidad

DEFIBRILADOR



The screenshot shows the Amazon.com product page for the Philips HeartStart Home Defibrillator (AED). The page features a navigation bar with the Amazon logo, a search bar, and various links like 'Today's Deals' and 'Gift Cards'. Below the navigation bar, the product title 'Philips HeartStart Home Defibrillator (AED)' is displayed. A red circle highlights the 'Customer Reviews' section, which shows a star rating breakdown: 5 stars (55), 4 stars (14), 3 stars (2), 2 stars (0), and 1 star (5). The average customer review is 4.5 stars based on 76 reviews. Below the star rating, there are two review sections: 'The most helpful favorable review' and 'The most helpful critical review'. The favorable review is from a CPR instructor who has taught CPR for 35 years and highly recommends the device. The critical review is from a customer who claims the device saved a life but is critical of the device's design and usability. A 'Vs.' icon is placed between the two reviews.

Falta de recursos económicos



Falta de ocasión

GO-GURT
(By General Mills)



Falta de tiempo



Wii (By Nintendo)

Claves de éxito en la innovación disruptiva

- CLIENTES SOBRESERVIDOS
- NO-CLIENTES

simple
fácil
accesible
barato

Claves para lograr
diferenciación
en el mercado.

2

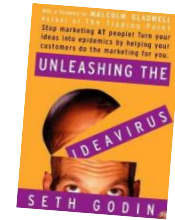
1 DEL MARKETING DE LA INTERRUPCIÓN
AL MARKETING DE LA CONVERSACIÓN





Seth Godin
Expert on Word of Mouth

Si no eres capaz de describir tu posicionamiento en 8 ó 10 palabras, no tienes un posicionamiento.



2 GANAR TANTO LA CABEZA COMO EL CORAZÓN DE LOS CLIENTES

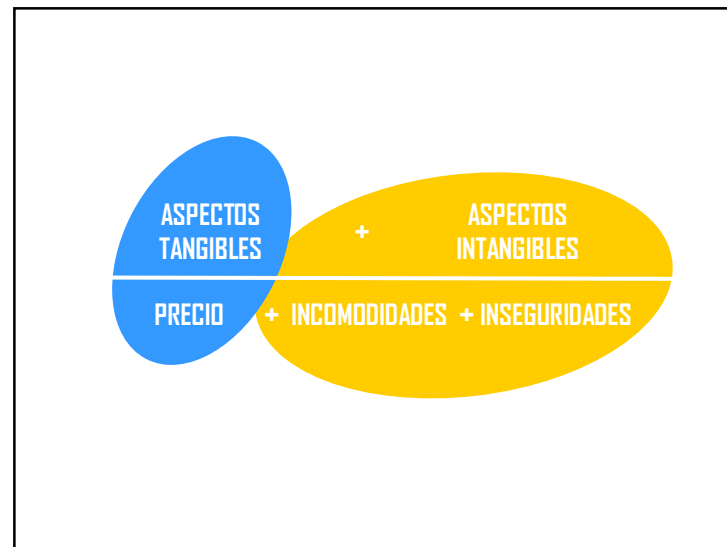
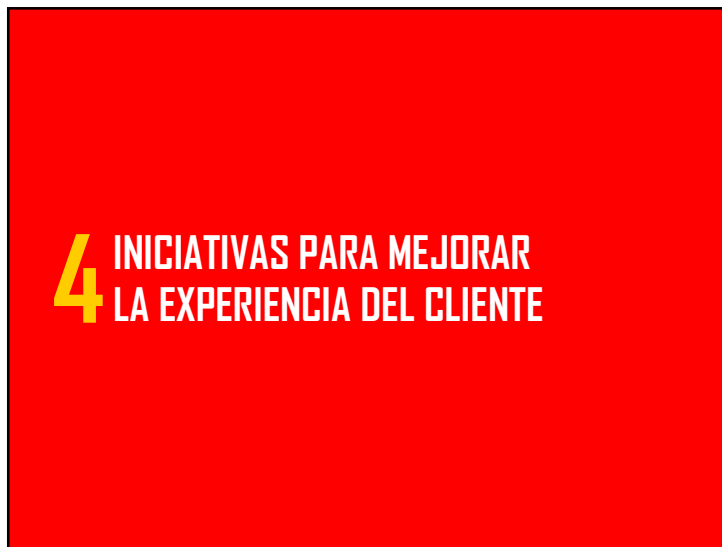
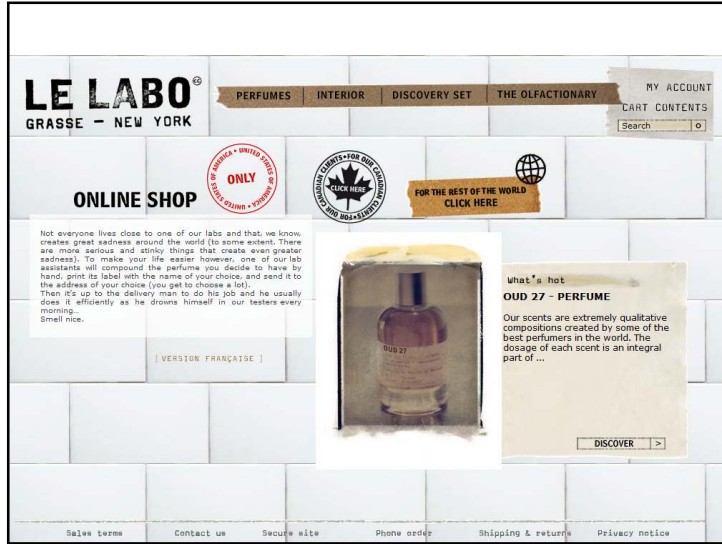
- Incidencias
- Entrega correcta
- Oferta / Necesidades



- Preferencia de marca
- Entrega excepcional
- Prestaciones excepcionales



3 CREAR RECUERDOS QUE INVITEN
A VOLVER Y A RECOMENDAR



el vitalista • registro

es un estado metabólico real que todos podemos alcanzar, y que podemos mantener a lo largo de toda la vida.

ser un vitalista •
 decálogo •
 nuestra cocina •
 contáctanos •

hoy

media mañana: gífo y kivi/ 103 kcal.
 comida 1: crema de espinacas/ 174 kcal
 comida 2: ternera estofada en cama de kcal.
 merienda: natillas de chocolate/ 149 kcal

+CÓMODO



5 CÓMO COMBATIR LA SENSIBILIDAD AL PRECIO

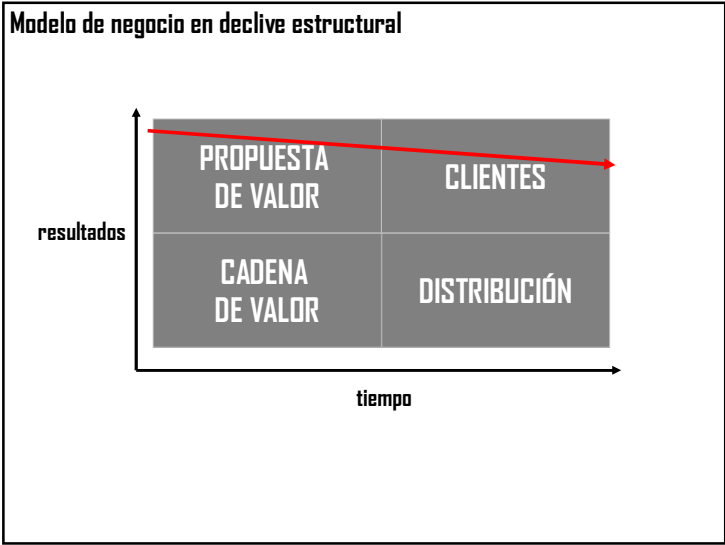
La sensibilidad al precio

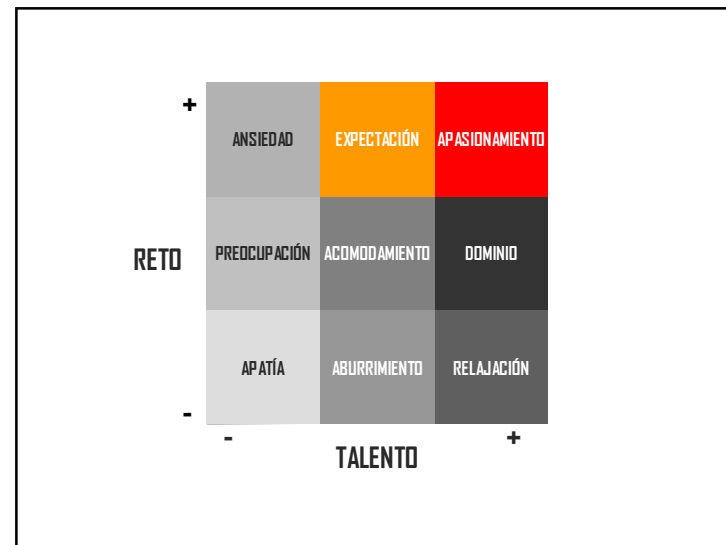
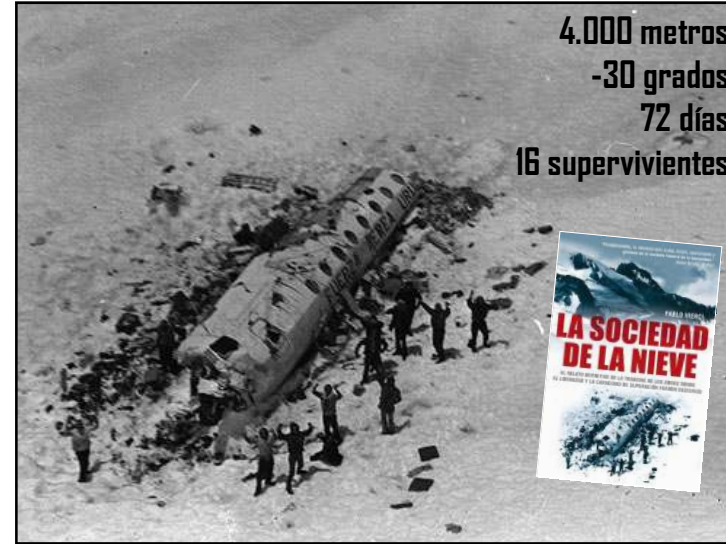
ES CRÍTICO PARA EL CLIENTE	MEDIA	MÍNIMA
NO ES CRÍTICO PARA EL CLIENTE	MÁXIMA	MEDIA
	POCA DIFERENCIA ENTRE EL PEOR Y EL MEJOR	MUCHA DIFERENCIA ENTRE EL PEOR Y EL MEJOR

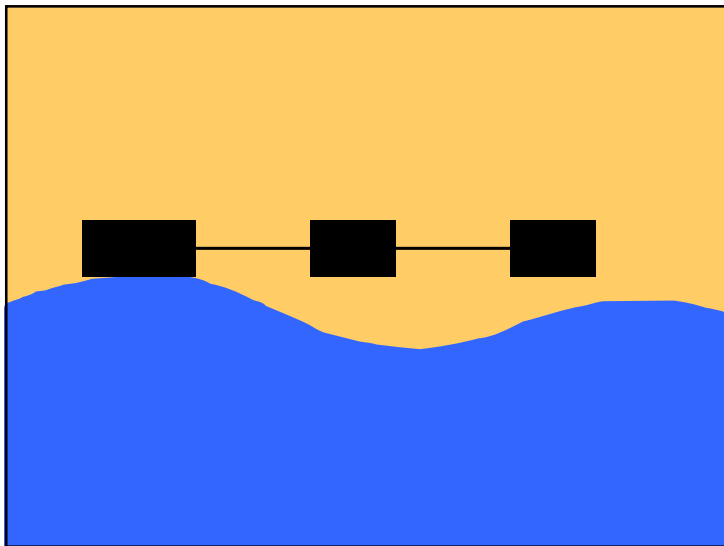
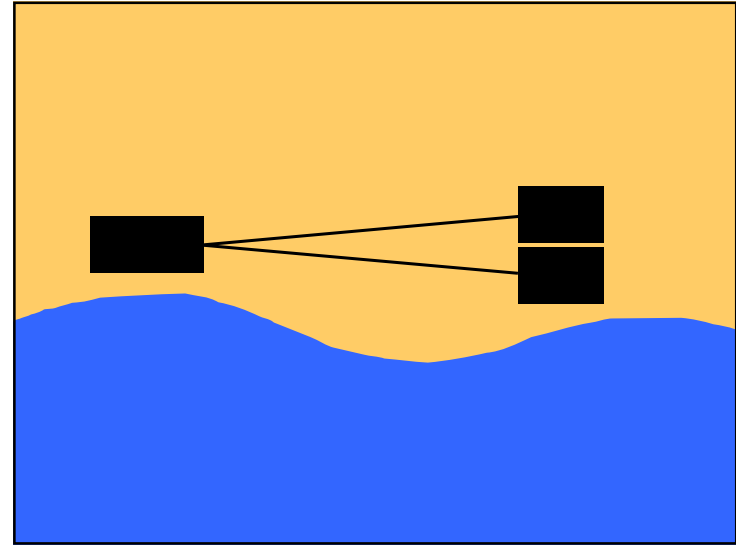
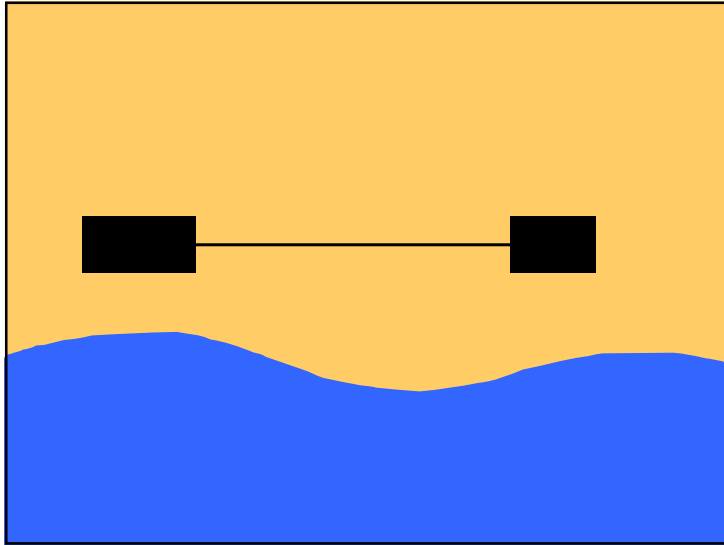


Claves para transformar una PYME.

3







Qué es necesario cambiar

Rumbo
[diseñar una **estrategia** innovadora que impulse un nuevo crecimiento, y gestionar eficientemente el actual modelo de negocio]



Skate to where
the puck is going
to be, not where
it is.

WAYNE GRETZKY
Hockey player

GRACIAS!

alvarogonzalezalorda.com