

# EL SISTEMA DE ENTREGA DE VALOR

# EL SISTEMA DE ENTREGA DE VALOR

## CREAR / "ELEGIR" EL VALOR

- Identificar necesidades / factores de compra
- Seleccionar Segmentos de Mercado
- Definir el "paquete de valor"

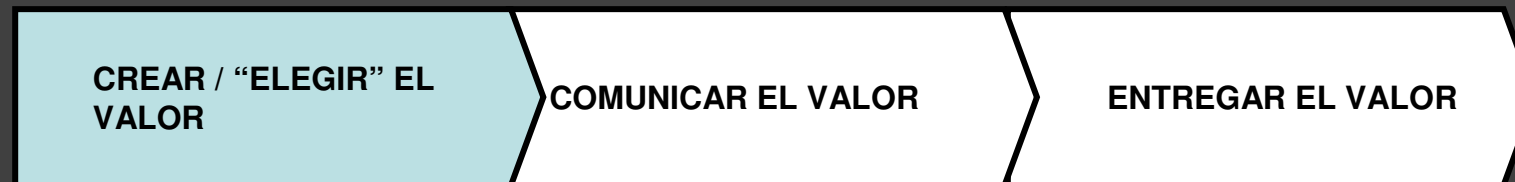
## COMUNICAR EL VALOR

- Mensaje de Ventas / Articular Propuesta de Venta
- Publicidad
- Promoción
- Relaciones Públicas y Comunicaciones

## ENTREGAR EL VALOR

- Operaciones (Manufactura)
- Distribución
- Servicio
- Precio
- Desarrollo de Producto

# EL SISTEMA DE ENTREGA DE VALOR



- Identificar necesidades / factores de compra

- Seleccionar Segmentos de Mercado

- Definir el "paquete de valor"

- Generar hipótesis de los factores clave de compra

- Recopilar información
- Segmentar
- Describir segmentos
- Identificar segmentos clave

- Estimar demanda de consumidores
- Identificar implicaciones en costo
- Determinar factibilidad de clientes
- Evaluar dinámicas competitivas

# EL SISTEMA DE ENTREGA DE VALOR

CREAR / "ELEGIR" EL VALOR

COMUNICAR EL VALOR

ENTREGAR EL VALOR

- Mensaje de Ventas / Articular Propuesta de Venta
- Publicidad
- Promoción
- Relaciones Públicas y Comunicaciones

- Presentaciones de Venta
- Elevator Pitch
- Brochures
- Promociones especiales
- Artículos en Prensa
- Seminarios
- Mensajes definidos para cada audiencia e instancia

# EL SISTEMA DE ENTREGA DE VALOR

**CREAR / “ELEGIR” EL VALOR**

**COMUNICAR EL VALOR**

**ENTREGAR EL VALOR**

- Entender Economics Propio
- Entender Economics Cliente
- Entender precio e 3 niveles
  - Oferta y Demanda
  - Como función de Marketing
  - Cómo función del vendedor / transacción

- Maquila / Propia?
- Segundo Piso / Primer Piso?

• Operaciones (Manufactura)

• Precio

- Estructura
- Service level agreement
- Capacidad

• Servicio

- Gestión de Canales
- Gestión de Fuerza de Venta

• Distribución

- En el caso de FCH, desarrollo de nuestros proyectos o nuevos productos en el caso de unidades de negocio

• Desarrollo de Producto

# EL SISTEMA DE ENTREGA DE VALOR

## CREAR / “ELEGIR” EL VALOR

- Identificar necesidades / factores de compra
- Seleccionar Segmentos de Mercado
- Definir el “paquete de valor”

## COMUNICAR EL VALOR

- Mensaje de Ventas / Articular Propuesta de Venta
- Publicidad
- Promoción
- Relaciones Públicas y Comunicaciones

## ENTREGAR EL VALOR

- Operaciones (Manufactura)
- Distribución
- Servicio
- Precio
- Desarrollo de Producto