

Action Tank 2

La transformación en las organizaciones

Sesión 3

La transformación del negocio

Adolfo Ramírez

21 abril 2020

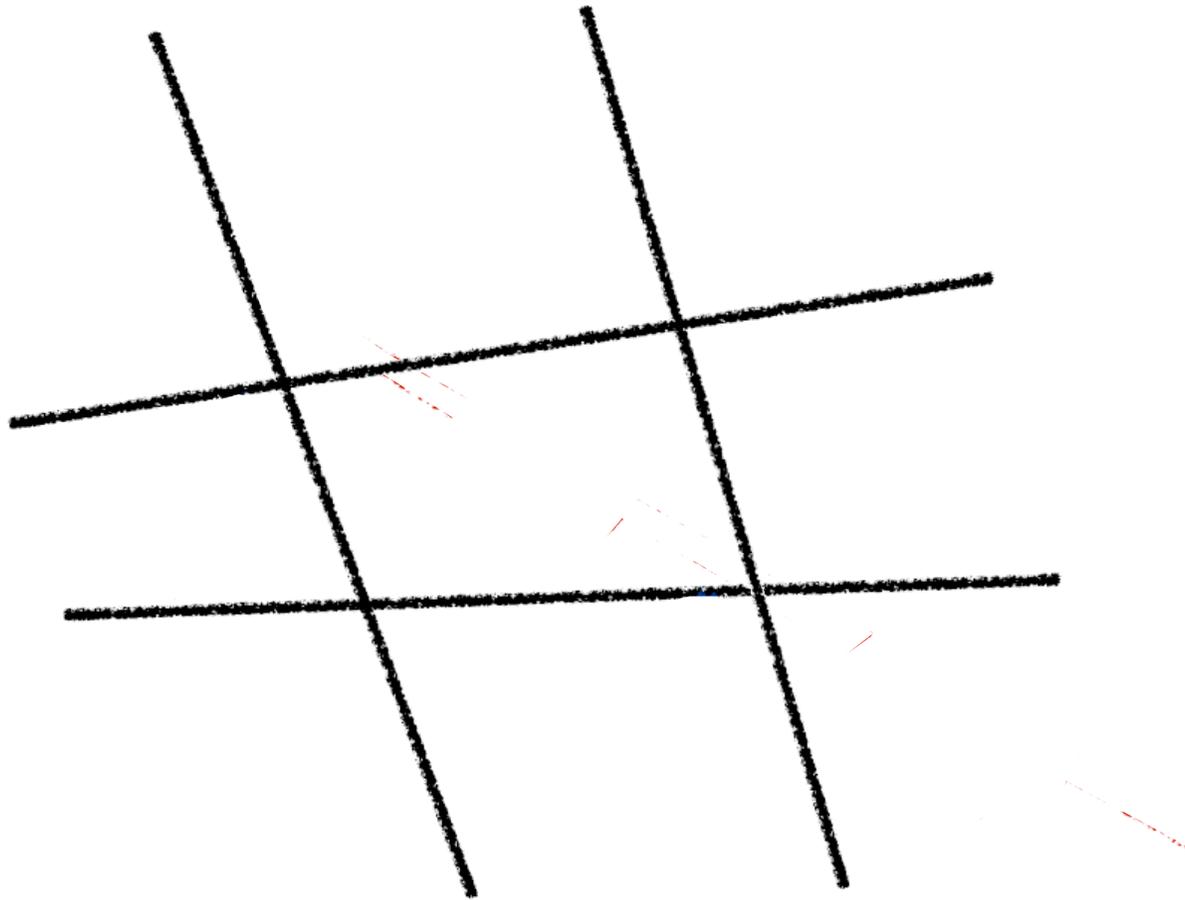
“El motivo de que a las empresas y pymes tradicionales les cueste tanto aprovecharse de las innovaciones disruptivas es que sus procesos y modelos de negocio les hace buenos para su negocio actual, pero poco competitivos en un contexto de disrupción”

Clayton Christensen

El futuro no tiene que ver con, de pronto, ignorar todo lo que te ha llevado al éxito hasta ahora, ni que tengas que copiar iniciativas porque estén de moda.

Tiene más que ver con cuestionarse las estrategias pasadas y atreverse a probar nuevas formas de aportar valor a tus clientes, aprovechando las nuevas capacidades digitales.

Las reglas del juego están cambiando



“El mapa no es el territorio” Alfred Korzybsky

*“La función de la empresa es crear
clientes”*

Peter Drucker

*“La digitalización ofrece nuevas
oportunidades para crearlos y
desarrollarlos”*

Los tres tipos de valor que percibe el cliente



- Coste cero o gratuito/
Precio muy bajo
- Transparencia de precios
- Pago por consumo
- “Freemium”

Ejemplos de valor en el coste



Master completo de negocio (estrategia, marketing, lean startup...) a 500€



Hawkers es una marca española con sede en Elche, que comercializa gafas de sol usando Internet y el retail en todo el mundo. Últimos diseños a 25€



El seguro para tu coche 100 x 100 personalizado y con la prima adaptada a los kilómetros que recorres, gracias a un dispositivo telemático

Los tres tipos de valor que percibe el cliente



- Empoderamiento del cliente
- Personalización
- Gratificación inmediata
- Fricción reducida
- Automatización

EL valor de la experiencia

Las personas que se exponen a nuestra marca, vivirán una experiencia, la diseñemos o no.



A screenshot of the website www.ANRGREN.net. The website is a marketplace for electronics and toys, featuring a grid of product listings. The listings include various items such as RC cars, drones, cameras, and other electronic devices. Each listing includes a small image of the product, a title, and a price. The website has a clean, organized layout with a navigation menu at the top and a search bar. The overall aesthetic is professional and user-friendly.

Ejemplos de valor en experiencia



Cultivo familiar de venta directa. Productos cultivados sin pesticidas ni herbicidas. Envío a domicilio desde su huerto a todo Europa. Creación de una plataforma de Crowdfunding "o como convertirse en agricultor del S XXI



"PANGEA The Travel Store es más que una agencia de viajes, es un espacio de inspiración viajera, con especialistas en destinos, cafetería, librería, eventos culturales semanales. SI PUEDES SOÑARLO... ¡PODEMOS HACERLO!



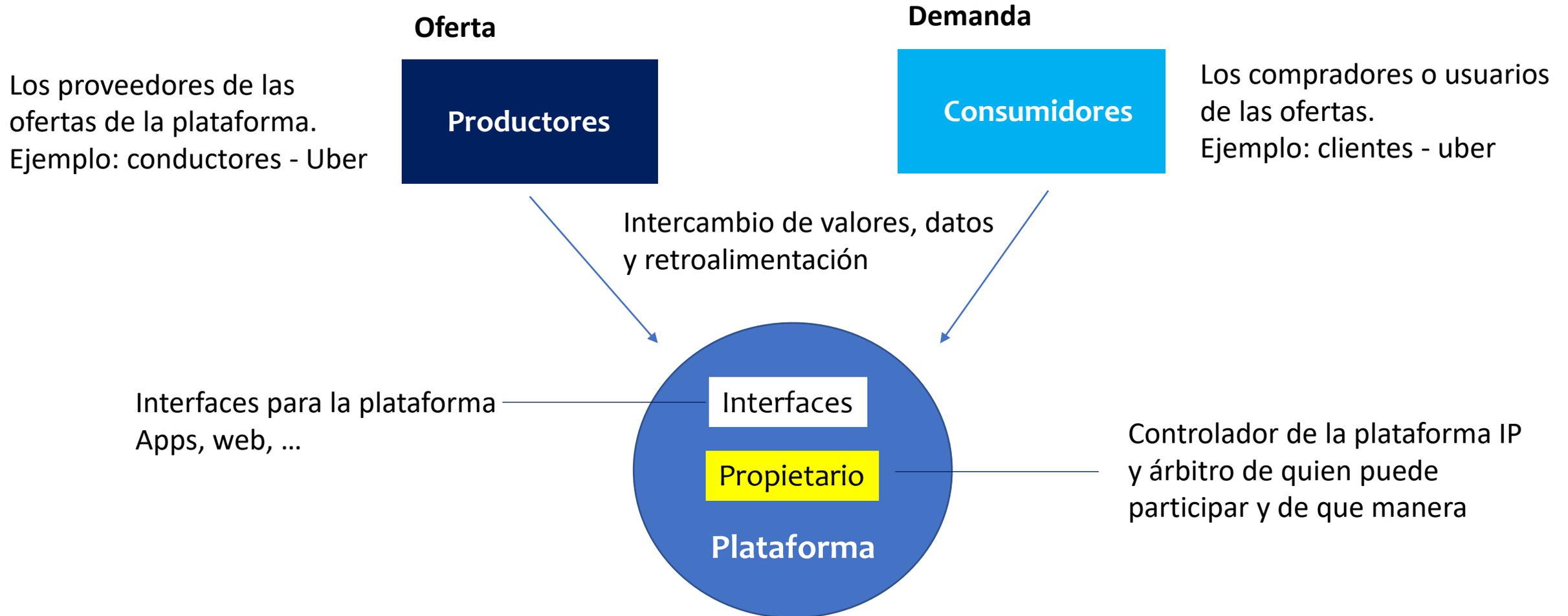
"Wetaca es el servicio online líder de tápers a domicilio. Platos de calidad y con gran sabor, cocinados desde cero por chefs, con ingredientes de toda la vida y sin añadidos artificiales. Ofrece una carta nueva semanalmente de más de 40 platos.

Los tres tipos de valor que percibe el cliente

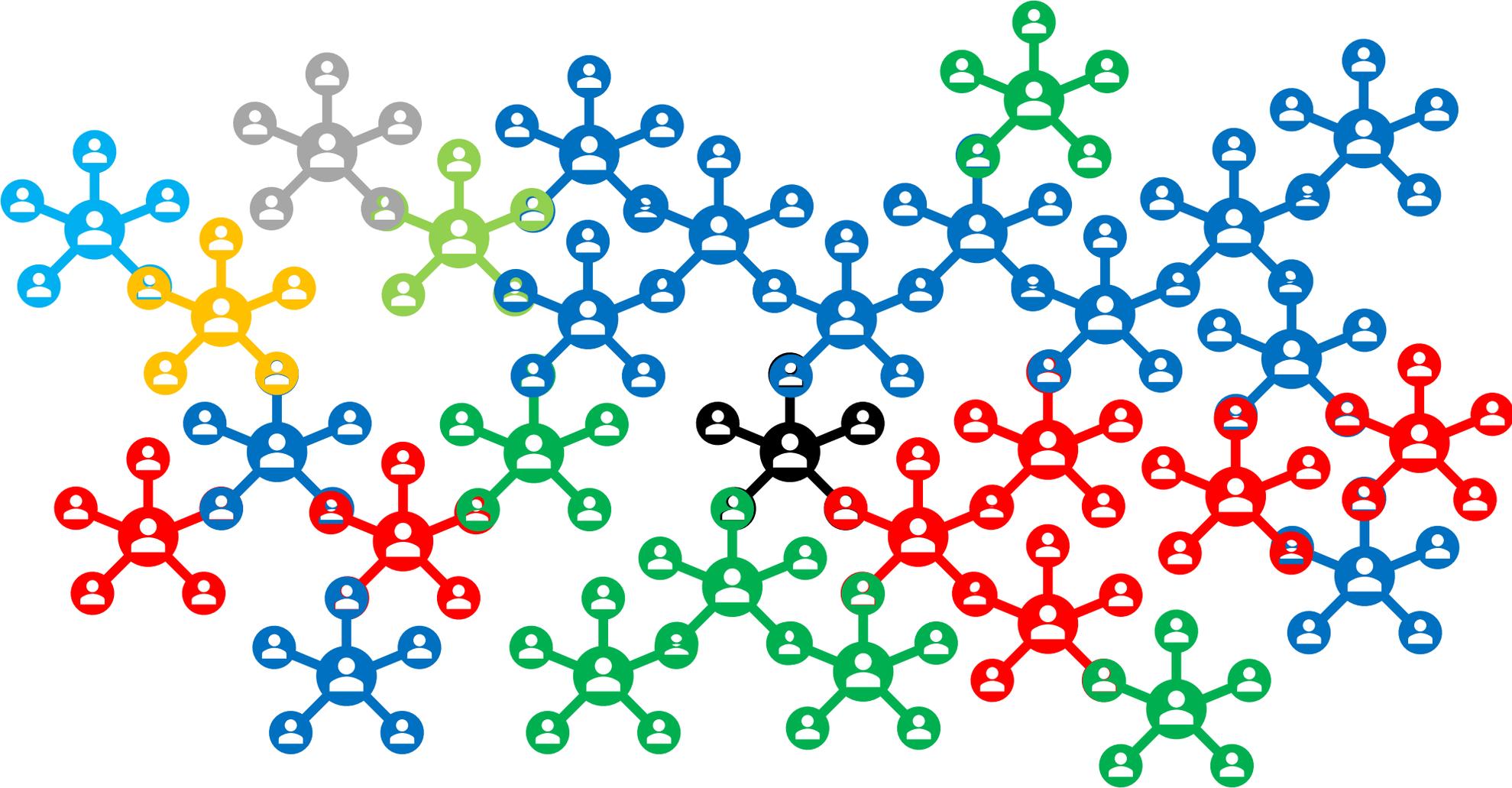


- Ecosistema
- Marketplace digital
- Suscripción

Modelo de plataforma básico



La clave está en su “efecto red”



Ejemplos de valor en la plataforma



Wallapop es una empresa española fundada en el año 2013, que ofrece una plataforma dedicada a la compra venta de productos de segunda mano entre usuarios a través de Internet



Cabify es una plataforma tecnológica de movilidad, que pone en contacto a usuarios particulares y empresas con las formas de transporte que mejor se adaptan a sus necesidades, través de una app móvil



DBARRIO: Pide online a las mejores tiendas y restaurantes locales. Elige repartidor comparando precios y plazos de entrega.

Modelo de suscripción

Un modelo con larga historia que la digitalización sitúa en otra dimensión

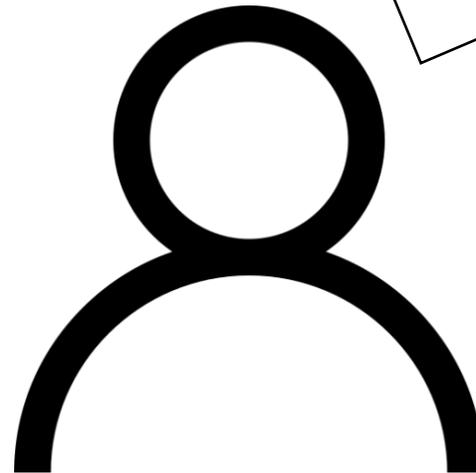


- La suscripción es un modelo de negocio en el cual una persona tiene derecho a un servicio mediante una cuota.
- En lugar de vender productos individualmente, con una suscripción se comercializa en períodos definidos el consumo de un producto o el acceso a un determinado servicio.

La suscripción, una experiencia que cambia nuestros hábitos



Imagínese mi angustia cuando, el día que me quedé sin Internet y me di cuenta de que, en realidad, no soy dueño de nada



Tipos de suscripción



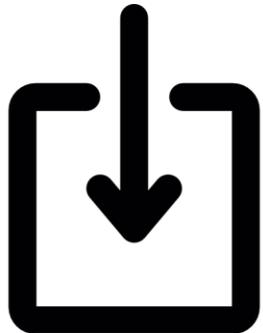
Productos Físico

Los clientes reciben en el periodo establecido un producto determinado
Ejemplo: Loopas (lentillas)



Contenidos

Acceso ilimitado al contenido disponible en la plataforma
Ejemplo: Netflix



Productos digitales

Los clientes tienen la oportunidad de utilizar programas.
Ejemplo: Adobe



Servicios

Cuota normalmente mensual a cambio de disfrutar de un servicio.
Ejemplo: Amazon prime

Modelo de suscripción. Ventajas ... para el negocio



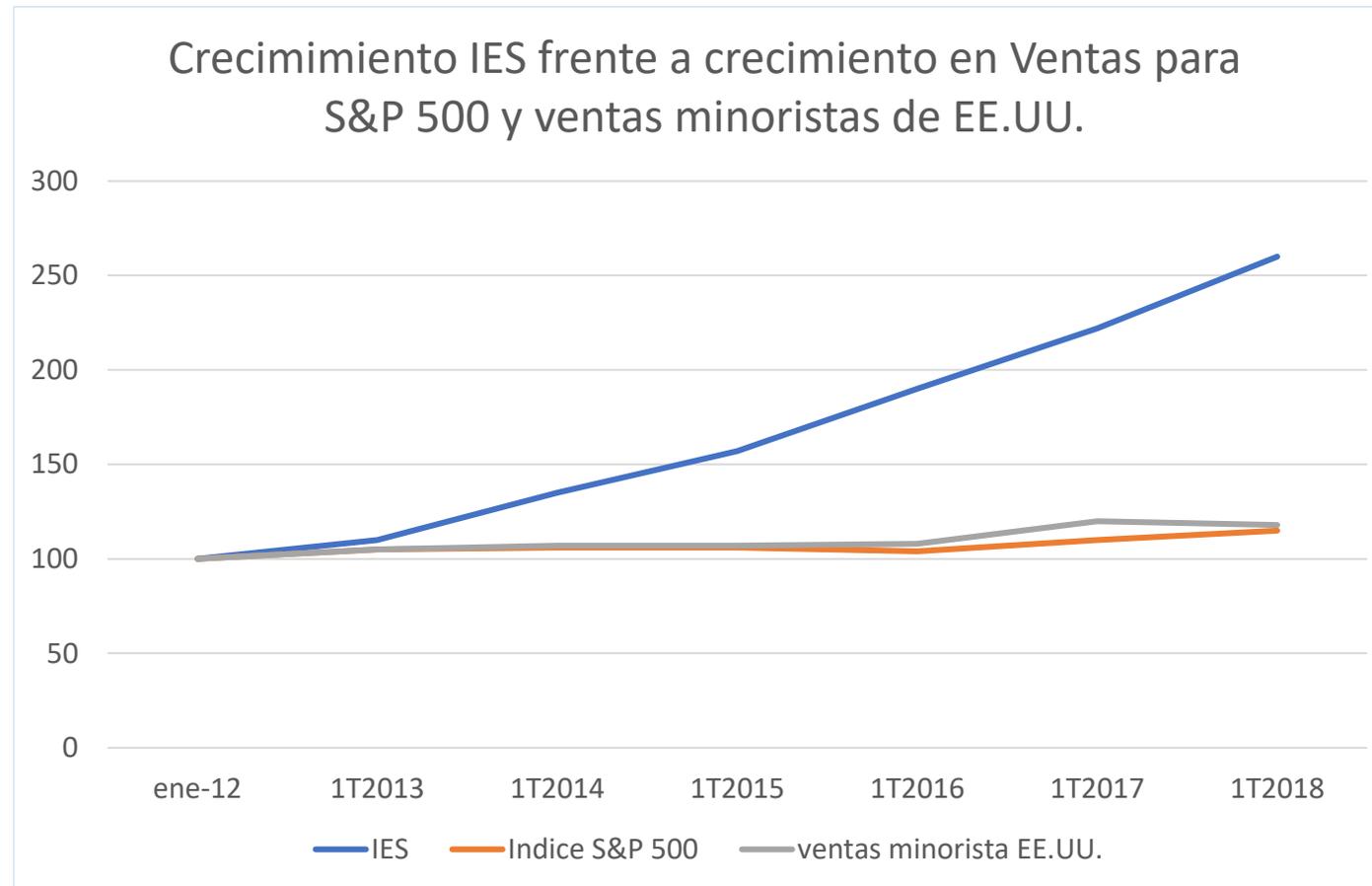
para el cliente



Un modelo de aplicación en todos los sectores y negocios



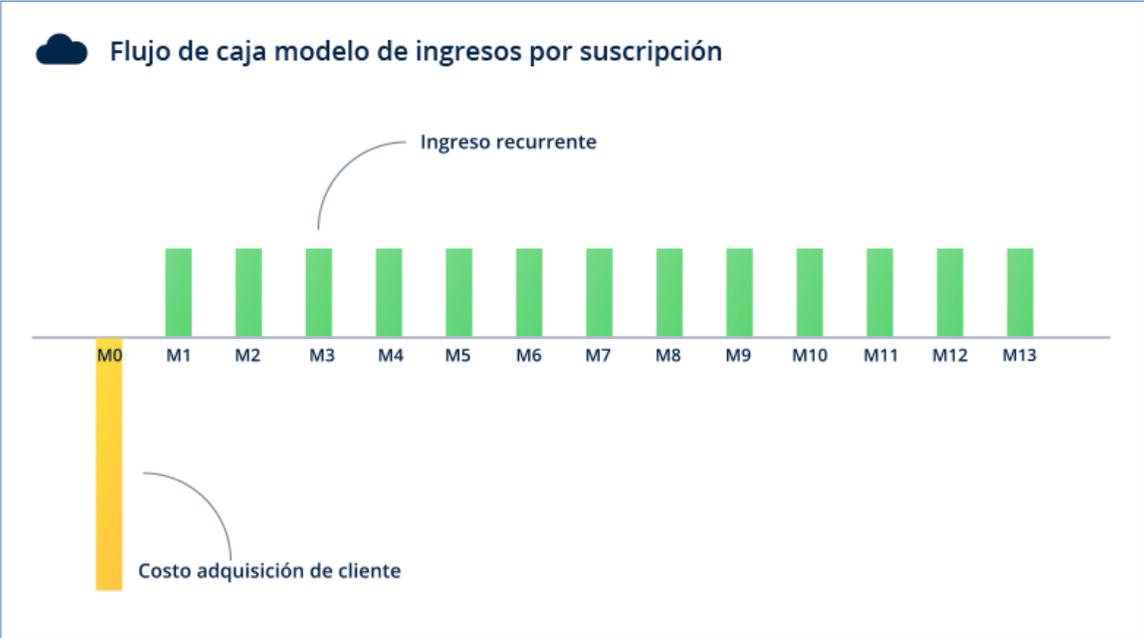
La economía de suscripción experimenta un crecimiento exponencial



IES: Índice de la Economía de Suscripción

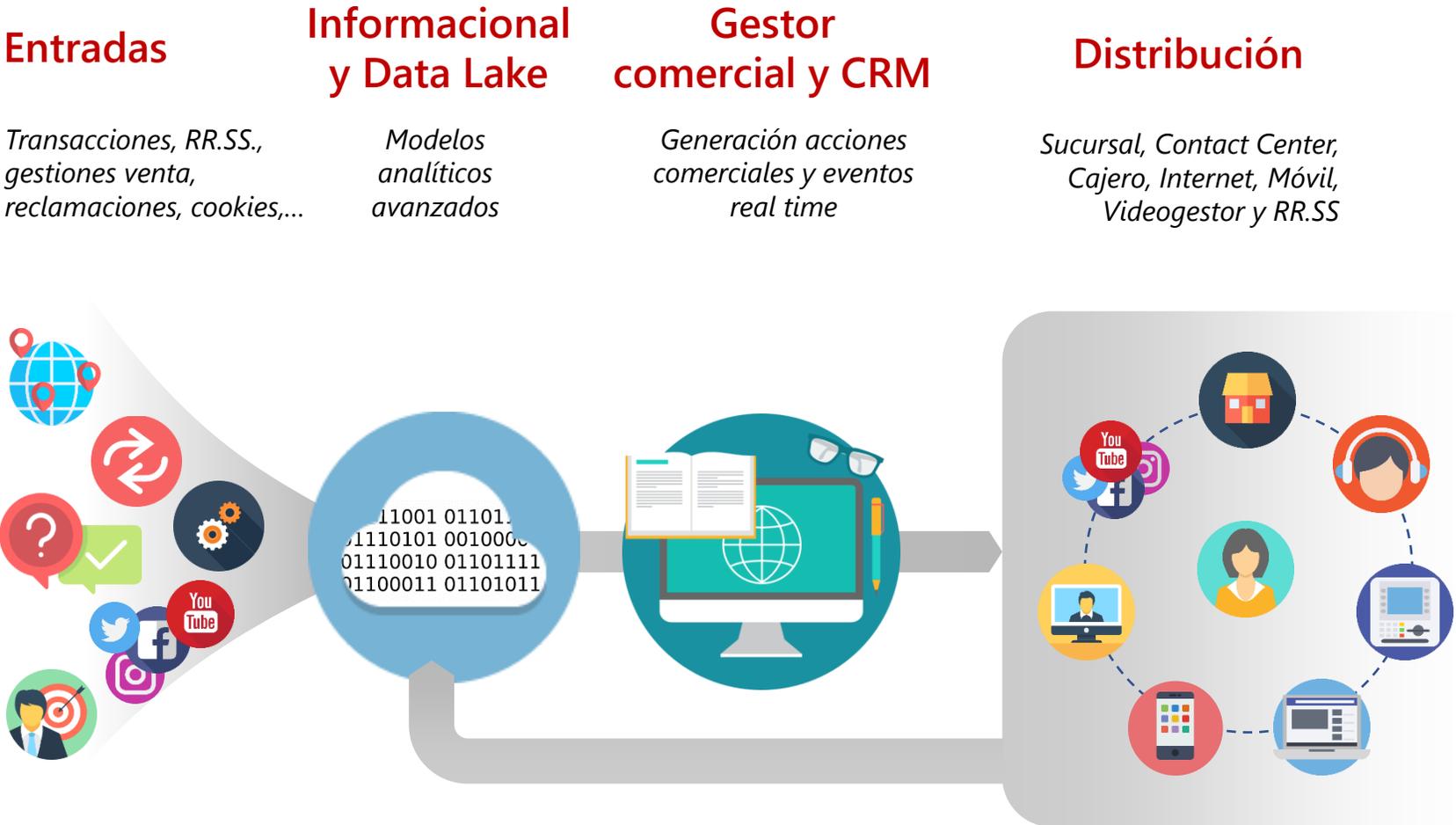
Fuente: Suscritos

Flujo de caja suscripción vs tradicional

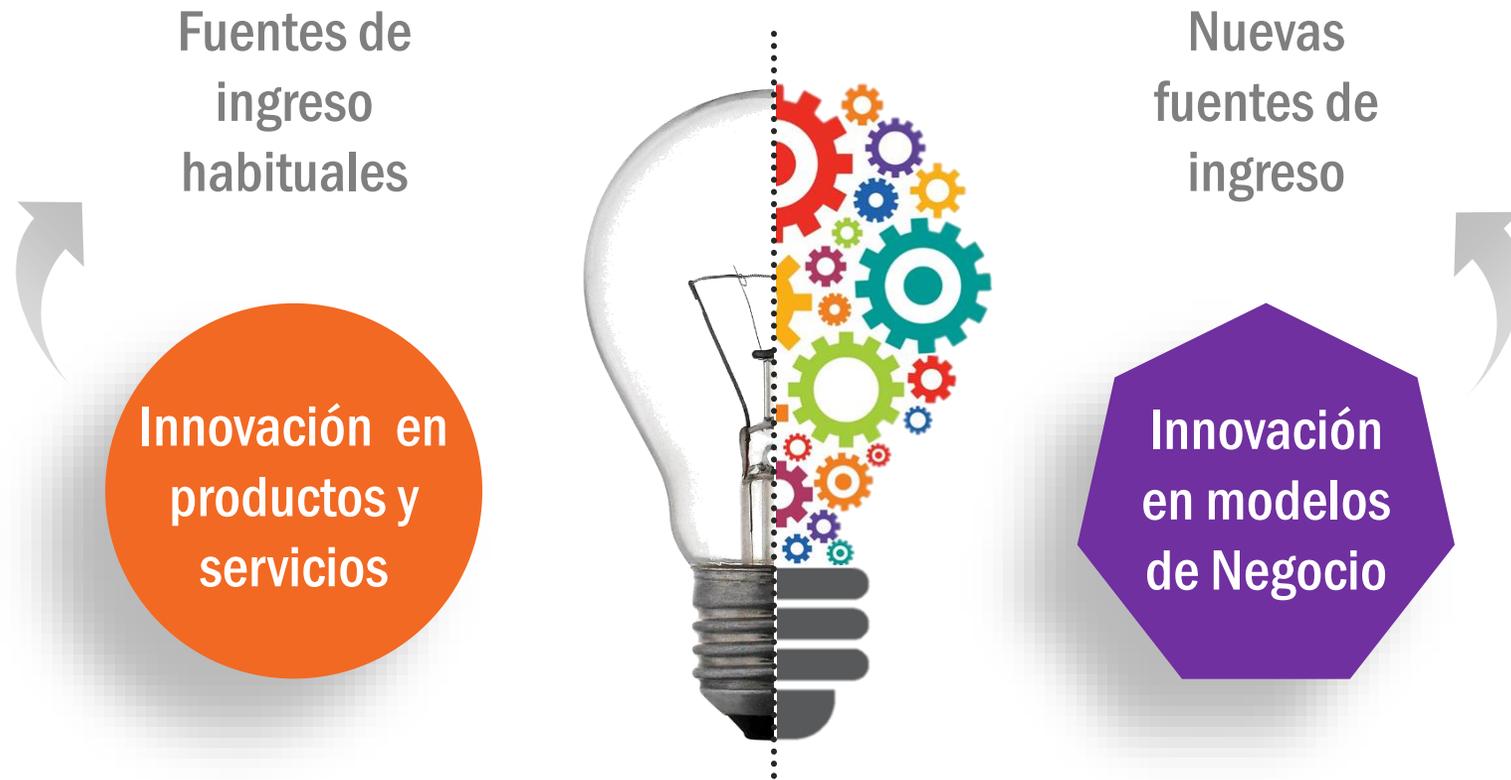


Fuente: SimpleDTE

La omnicanalidad es un imperativo



Sin innovación no hay futuro una innovación dual ...



... y colaborativa



Muchas gracias

 www.adolforamirez.es

 adolfo@ramirezmorales.es

 Adolfo Ramírez Morales

 @adolform



