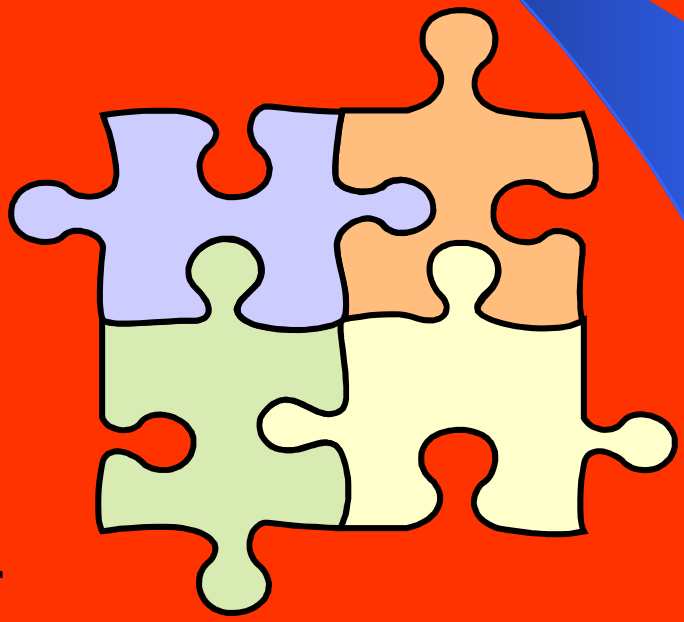
La identidad como base para el diseño e implementación de emprendimientos



dbresler@arnet.com.ar
diego@dbconsultoria.com.ar

Indice.

1-Qué es diseñar un emprendimiento?
2-Qué es comunicación?
3-Qué es comercialización?
4-Razones para comunicar y comercializar.
5-Plan de marketing.
6-Elementos de marketing.

Indice.

1-Qué es diseñar un emprendimiento?
2-Qué es comunicación?
3-Qué es comercialización?
4-Razones para comunicar y comercializar.
5-Plan de marketing.
6-Elementos de marketing.

Qué es diseñar un emprendimiento?

Definición de PROYECTO:

"Trabajo multitarea que se lleva a cabo de una sola vez, con fechas de inicio y terminación definidas, un objetivo o alcance del trabajo a ser realizado claramente especificado, un presupuesto predefinido"

Ejemplos de proyectos: Desarrollar un nuevo producto o servicio, Construir un puente o una casa, Escribir un libro, etc.

Ejemplos de no-proyectos: Procesar pedidos o facturas, Fabricar algún producto, Cocinar en un restaurante, etc. (Cualquier actividad repetitiva)

Qué es diseñar un emprendimiento?



Selección Top-Down (arriba hacia abajo):

Parte de una definición estratégica y explora la estructura de la organización.

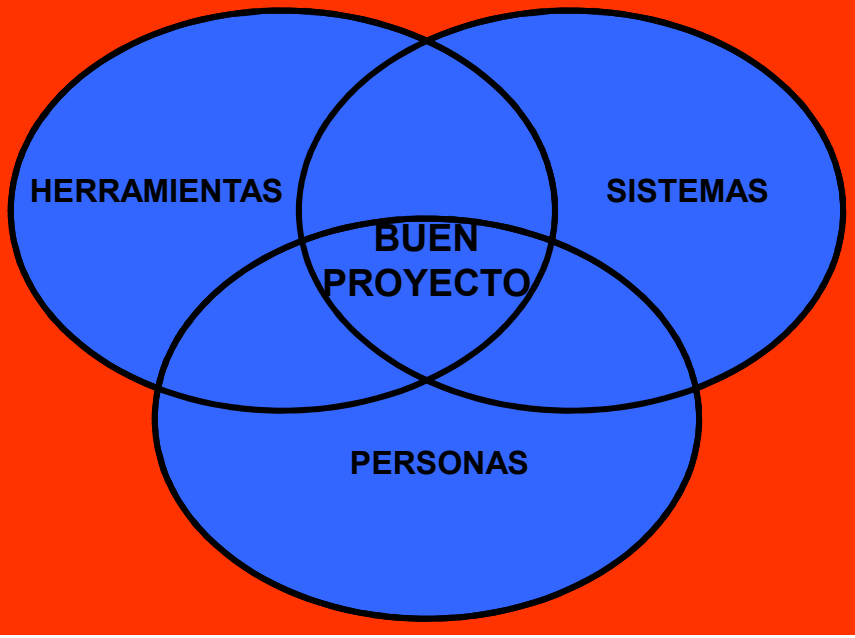
Selección Bottom-Up (Abajo hacia arriba):

Parte de la estructura de la organización y va generando nuevos pilares que afectan la definición estratégica.

Qué es diseñar un emprendimiento?

Necesidades para un buen proyecto:

- Herramientas adecuadas.
- Sistemas adecuados.
- Participantes adecuados.



Qué es diseñar un emprendimiento?

Problema, Objetivo, Identidad.

Cada proyecto resuelve un

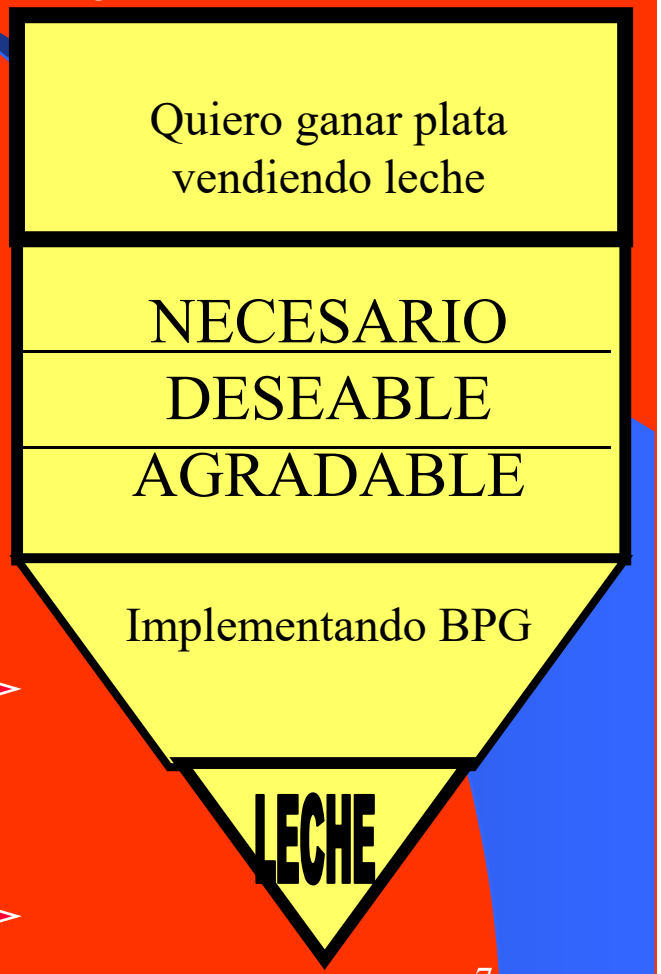
Problema.

Objetivo es como debe verse el resultado del proyecto.

Identidad es para lograr el objetivo.

Producto o servicio lo que voy a intercambiar.

Ej.:



Qué es diseñar un emprendimiento?

Especificaciones de la identidad.

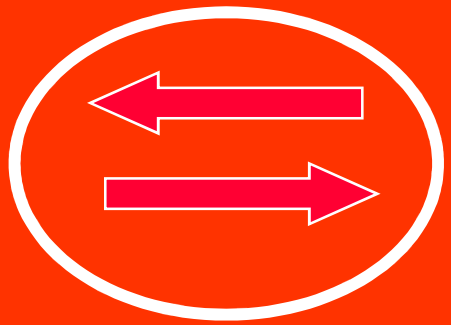
1. Qué nos identifica?
2. Qué nos diferencia?
3. Que nos permite crecer?



Qué es diseñar un emprendimiento?

- Productos y/o Servicios.

  - Parten de un deseo real.
  - Están profundizando el detalle.
  - Relacionados con la Identidad y los Objetivos.



Qué es diseñar un emprendimiento?

MARKETING => MERCADO

Qué es diseñar un emprendimiento?

Primer acercamiento al Mercado.

- Clientes. CLI
- Proveedores. PR
- Competencia. CO



Qué es diseñar un emprendimiento?

CLIENTE-CL

- Razón de nuestra existencia.
- Destino de nuestro servicio/producto.
- Generadores de la demanda.

Qué es diseñar un emprendimiento?

PROVEEDORES-PR

- Poseedores de nuestra materia prima.
- Los que manejan la demanda de nuestro servicio.
- Generadores de nuestras operaciones.

Qué es diseñar un emprendimiento?

COMPETENCIA-CO

- Iniciadores de nuestro riesgo.
- Comparten la comunidad de proveedores.
- Desean nuestros clientes.

Qué es diseñar un emprendimiento?

Estrategia.

Una vez que han sido determinados los objetivos y la identidad de una organización, se define un enfoque global para lograr nuestros principales objetivos.

Se contesta a....

Qué haremos para resolver los objetivos?

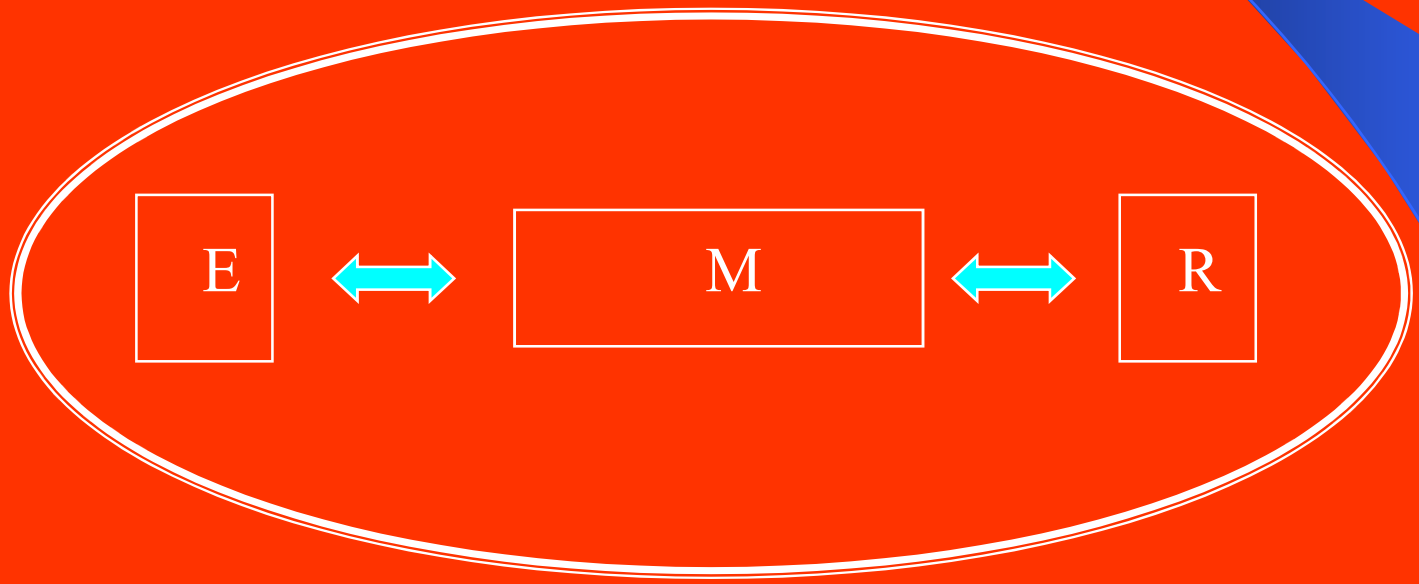
Cómo lo haremos?

Indice.

1-Qué es diseñar un emprendimiento?
2-Qué es comunicación?
3-Qué es comercialización?
4-Razones para comunicar y comercializar.
5-Plan de marketing.
6-Elementos de marketing.

Qué es comunicación?

MODELO COMUNICACIONAL



Qué es comunicación?

EMISOR =
NOSOTROS
IDENTIDAD
EMPRESA/ORGANIZACION

Qué es comunicación?

MENSAJE=

PRODUCTO/SERVICIO

Qué es comunicación?

RECEPTOR=
CLIENTE
O
CLIENTE SECUNDARIO

Indice.

1-Qué es diseñar un emprendimiento?
2-Qué es comunicación?
3-Qué es comercialización?
4-Razones para comunicar y comercializar.
5-Plan de marketing.
6-Elementos de marketing.

Qué es comercialización?

MENSAJE BIDIRECCIONAL

EMPRESA <=> CLIENTE

Qué es comercialización?

OBJETIVO:

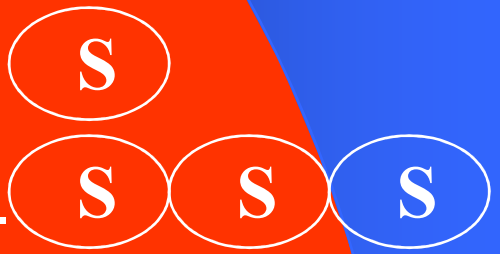
LOGRAR QUE EL CLIENTE ME COMPRE

Qué es comercialización?

Clases de problemas.

- Problemas cerrados. (Métodos científicos)
- Problemas abiertos. (Métodos de pensamiento creativo)

- Problemas cerrados = Soluciones únicas.
- Problemas abiertos = Soluciones múltiples.



Qué es comercialización?

PRESUPUESTO ACOTADO:

PREFIERO VENDER QUE COMUNICAR.

Indice.

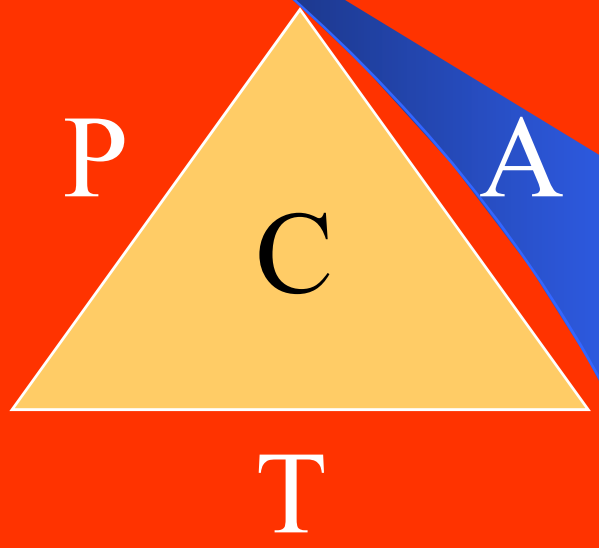
1-Qué es diseñar un emprendimiento?
2-Qué es comunicación?
3-Qué es comercialización?
4-Razones para comunicar y comercializar.
5-Plan de marketing.
6-Elementos de marketing.

Razones para comunicar y comercializar.

Objetivos o variables.

- Costo.
- Performance.
- Tiempo.
- Alcance.

Son variables independientes.



Razones para comunicar y comercializar.

Análisis FODA.

F: Fuerzas.

O: Oportunidades.

D: Debilidades.

A: Amenazas.

	INTERNAS	EXTERNAS
POSITIVAS	Fuerzas	Oportunidades
NEGATIVAS	Debilidades	Amenazas

Razones para comunicar y comercializar.

Administración de riesgos.

- La probabilidad de que ocurra el riesgo.
- La severidad de las consecuencias si el riesgo ocurriera.
- La facilidad de detección antes de que el riesgo suceda realmente.

Razones para comunicar y comercializar.

CADA INSTITUCION/EMPRESA DEBE COMUNICAR

Razones para comunicar y comercializar.

CADA INSTITUCION/EMPRESA TIENE QUE INTERCAMBIAR ALGO

Indice.

1-Qué es diseñar un emprendimiento?
2-Qué es comunicación?
3-Qué es comercialización?
4-Razones para comunicar y comercializar.
5-Plan de marketing.
6-Elementos de marketing.

Plan de Marketing.

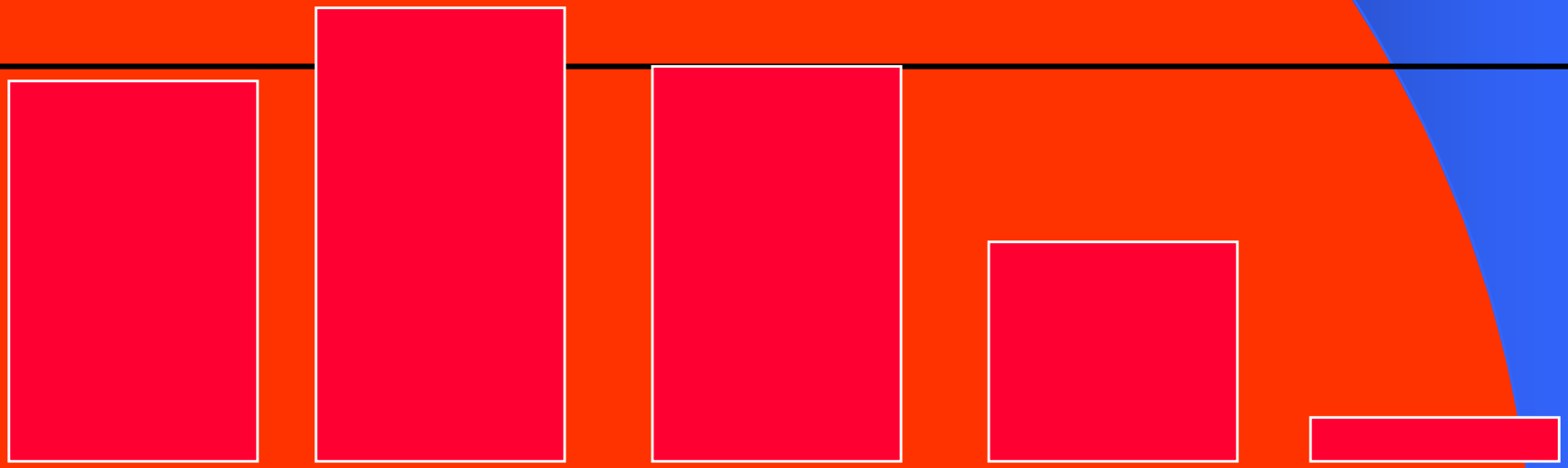
Planeamiento y control.

Planear un proyecto no es opcional!!

El control se efectúa comparando el lugar donde está con el lugar donde se supone que debería estar, y tomando acción correctiva si hay desviación.

Plan de Marketing.

CONCEPTO	DEFINICION	PLANEAMIENTO	EJECUCION	CIERRE
Info de Marketing	Definir el problema	Desarrollar la estrategia	Efectuar las tareas	Informes finales
Evaluación de la competencia	Desarrollar la visión	Planificar implementación	Controlar el progreso	Lecciones aprendidas
	Especificación de la Misión	Administrar los riesgos	Adoptar acciones correctivas	



ESFUERZO DEDICADO AL PLANEAMIENTO.

Plan de Marketing.

Errores en el planeamiento.

Error N°1: Asumir que es fácil.

Error N°2: El enfoque listos-fuego-apunten.

Error N°3: Hágalo todo usted.

Plan de Marketing.

Definición de planeamiento.

Quién lo hará?

Cuándo debe estar hecho?

Cómo debe ser hecho?



Cuánto costará?

Qué debe ser hecho?

Cuán bueno debe ser?

RESPONSABLE DE MARKETING IMPLEMENTA EL PLAN

Indice.

1-Qué es diseñar un emprendimiento?
2-Qué es comunicación?
3-Qué es comercialización?
4-Razones para comunicar y comercializar.
5-Plan de marketing.
6-Elementos de marketing.

Elementos de Marketing.

Variables de Marketing

- Precio.
- Logística.
- Producto/Servicio.
- Comunicaciones.
- Clientes.



Elementos de Marketing.

Variables de Marketing

- Precio.
  - Tarifas.
  - Márgenes.
  - Costos/Ingresos.
  - Valor percibido.
- Logística.
  - Circuitos de Venta.
  - Procesos.
  - Camino crítico.
  - Barrido de B.Datos.
- Producto/Servicio.
  - Características.
  - Sub-productos.
  - Composición.
  - Asociados.
- Comunicaciones.
  - Relaciones Públicas.
  - Publicidad.
  - Promoción.
  - Marketing Directo.
- Clientes.
  - Investigación de Mercado.
  - Tipos de clientes.
  - Características.

Elementos de Marketing.

- ✓Servicio/Producto
- ✓Cliente
- ✓Competencia
- ✓Riesgos/FODA
- ✓Estrategia con presupuesto

Elementos de Marketing.

COMUNICACIÓN INTERNA

- Logo.
- Web.
- Marca.
- Espacios/ entornos. Diseño de local, espacio y/o estudio.
- Producciones fotográficas.
- Cultura / identidad corporativa.

Elementos de Marketing.

COMUNICACIÓN INTERNA. PROFESIONALES.

ESTUDIOS DE DISEÑO GRAFICO
CREATIVOS.
FOTOGRAFOS
ARQUITECTOS.
DECORADORES.

Elementos de Marketing.

COMUNICACIÓN EXTERNA

- Ferias. Eventos.
- Lanzamiento de marca, producto o servicio o temporada.
- Prensa y RRPP
- Posicionamiento. Relevamiento y estudio de públicos.
- Redacción de brief, carpeta, notas de prensa y mailings.
- Provisión de base de datos.
- Promoción y ventas opcional. Marketing directo.
- Publicidad
- Alianzas Online y Offline.

Elementos de Marketing.

COMUNICACIÓN EXTERNA. PROFESIONALES.

RELACIONISTA PUBLICO.
CREATIVOS.
PROFESIONALES DE MARKETING.
PUBLICISTAS.
PROFESIONALES DE SISTEMAS.
PROFESIONALES TECNICOS.
INVESTIGACION DE MERCADO.
DISEÑADORES GRAFICOS.

Elementos de Marketing.

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y PRODUCTO

- Autoimagen
- Comunicación no verbal
- Didáctica de mensajes
- Coherencia estética y estructural entre producto, servicio, imagen corporativa e imagen externa.
- El producto como emisor de mensajes.

Elementos de Marketing.

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION

- ALIANZAS.
- VENDEDORES.
- COMERCIALIZADORES.
- SISTEMAS DE LOGISTICA COMERCIAL.

FIN