



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

Docente: Marcos Leiva U.

Contacto: marcosleiva@chileconsultor.cl





Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Módulos



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Módulo 1: Introducción al ambiente de negocios Digitales

Clase N°3



Contenido

- Introducción
- Características de los negocios digitales.
- Características del consumidor digital en relación con los modelos de negocios digitales
- Principales características , tendencias y ejemplos exitosos de negocios digitales



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Recordando...Entorno competitivo

Las reglas del juego cambiaron

La digitalización ha provocado que los negocios ya no se crean como antes y los que no acepten las nuevas reglas estarán fuera de juego.

Se da paso al Mercado de **NICHO** y no de **MASAS**.

La clave está en la
especialización/segmentación!!



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

El consumidor digital





¿Quién es?



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

El consumidor digital es una persona conectada, autónoma, exigente y acostumbrada a la compra en línea, que utiliza la tecnología y los medios digitales para informarse, interactuar y tomar decisiones de compra.





Características del Consumidor Digital



Conectividad:

- El consumidor digital está conectado de forma permanente a través de diferentes dispositivos y plataformas digitales como smartphones, tablets, redes sociales, correo electrónico, etc.

Multitarea:

- El consumidor digital es capaz de realizar varias tareas al mismo tiempo, como revisar su correo electrónico mientras ve un video en YouTube o realiza una compra en línea mientras se encuentra en una reunión virtual.

Autonomía:

- El consumidor digital es autónomo y está acostumbrado a resolver problemas y tomar decisiones por sí mismo. Busca información, compara precios y toma decisiones de compra de forma independiente.

Exigencia:

- El consumidor digital es más exigente en cuanto a la calidad del producto o servicio que adquiere, y espera que se adapte a sus necesidades y preferencias. Busca experiencias personalizadas, rápidas y fáciles de usar.

Interacción social:

- El consumidor digital utiliza las redes sociales y otros medios digitales para compartir información, opiniones y experiencias con otros consumidores, lo que influye en sus decisiones de compra.

Compra en línea:

- El consumidor digital está acostumbrado a comprar en línea, lo que le ofrece una mayor comodidad, rapidez y una amplia variedad de opciones.

Análisis de información:

- El consumidor digital está acostumbrado a buscar información sobre productos y servicios en línea y a utilizar diferentes herramientas para comparar precios, características y beneficios.



¿Cómo podemos responder al consumidor digital?



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

Esta pregunta es precisa para comprender la importancia que tiene el análisis de mi negocio por medio de una investigación concreta y detallada.

- **Identificación del problema:** Es decir, qué quiero saber con mi investigación.

El primer paso de la investigación es, sin lugar a dudas, establecer la necesidad que existe para elaborar la información de la investigación de mercados. El investigador debe entender, claramente, la razón por la cual se necesita la información.

Ejemplo:

- ¿Quién es mi público objetivo?,
- ¿Cuál es la viabilidad de mi producto o servicio en el mercado?
- ¿Quiénes son los competidores?
- ¿Cuándo comenzaron a descender las ventas y por qué?





¿Cómo podemos responder al consumidor digital?



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

ANÁLISIS





Perfil del Mercado

PERSONA NATURAL

Variables geográficas

- Región
- Ciudad
- Clima

Variables psicográficas

- CLASE SOCIOECONÓMICA
- ESTILO DE VIDA
- PERSONALIDAD



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

PERSONA JURÍDICA

Variables geográficas

- Características del sector
- Localización geográfica
- Cobertura

Variables psicográficas

- ACTIVOS BRUTOS
- TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN
- SEGMENTOS DEL MERCADO



Perfil del Mercado



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

PERSONA NATURAL

Variables demográficas

- Edad
- Sexo
- Nacionalidad
- Composición Familiar
- Ocupación
- Nivel Educativo
- Ingreso
- Competencias
- Liderazgo

PERSONA JURÍDICA

Variables demográficas

- Edad De La Empresa
- Tipos De Productos
- Origen De Productos
- Composición De Capital
- Actividad Económica
- Organigrama
- Rentabilidad
- Capacidad De Producción
- Estilo Gerencial



¿Pero, quién es mi consumidor digital?



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Son todas aquellas personas que consumen un producto o utilizan un servicio del mercado en el que estamos y cuya meta es volverlo cliente nuestro.

Para ello debemos hacernos como mínimo estas preguntas:

- ¿Conozco bien el producto y servicio que ofrezco?
- ¿Tengo ubicados los probables consumidores?
- ¿La empresa tiene una buena segmentación de los clientes?
- ¿Está actualizada la información precisa de los clientes?
- ¿Quiénes son los clientes más importantes o que generan mayores utilidades a la compañía?
- ¿Cuáles son las expectativas de los clientes para ofrecerles nuevos productos o mejorar los existentes?



¿Pero, quién es mi consumidor digital?



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

- ¿Hemos recibido y aceptado las sugerencias que nos han hecho?
- ¿Tenemos una política de mantenimiento y conservación de la clientela?
- ¿Nuestros clientes internos se encuentran satisfechos?
- ¿Sabemos cómo responder ante nuevas situaciones del mercado?
- ¿Comprendemos lo que hacen nuestros competidores?
- ¿Tenemos posicionado algunos productos?
- ¿Solicitamos asesoría y/o consultoría cuando tenemos alguna duda antes de tomar la decisión respectiva?
- ¿Hacemos investigaciones de mercado con alguna frecuencia?



¿Pero, quién es mi consumidor digital?



Transferecia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Lo primero es el CUSTOMER DISCOVERY, lo que no es otra cosa que el “proceso de reflexión y elección de nuestro cliente ideal”



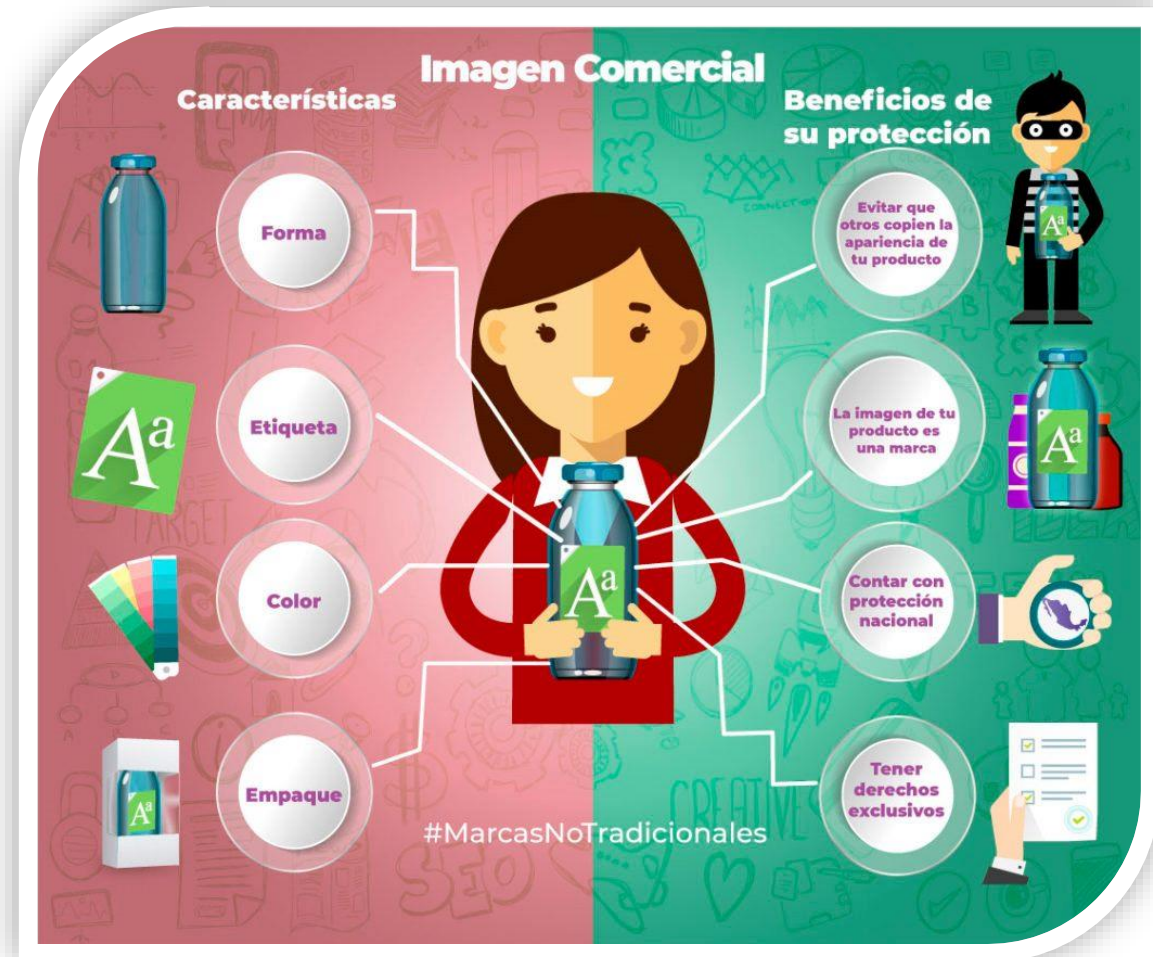


A trabajar



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

Escoja un producto poco complejo en su hogar e identifique 7 características del consumidor que preferiría el producto que usted escogió.





Revisemos el siguiente caso de cómo el análisis para la **digitalización** me permite desarrollar, por ejemplo, una **estrategia de Marketing digital**.



Ahora, trabajemos en nuestro cliente



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

¿Quién es?



¿Tiene mascota?

Nombre

Ocupación

¿Es soltero, casado?

Intereses

¿Dónde se encuentra físicamente?

¿Con quién vive?

¿Tiene hijos?



Comunicación en Entornos Digitales



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento que hace uso de las herramientas digitales puestas a nuestra disposición por el desarrollo tecnológico.

Nosotros somos las primeras personas que debemos desarrollar nuestra competencia digital comercial.



La comunicación es un área que ofrece muchas posibilidades en la actualidad. Nos encontramos en la denominada sociedad de la información y este hecho marca las habilidades y capacidades que debemos desarrollar para comunicarnos con nuestros clientes digitales.

Las herramientas digitales permiten mantener un flujo constante de información y, asimismo, la tan necesaria retroalimentación. Por esta razón, las estrategias de comunicación digital son tan necesarias en el ámbito comercial.



Las netiquetas



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Al igual que en el mundo real existen ciertas normas de comportamiento y unos protocolos para actuar a la hora de comunicarse, también las hay en el mundo digital y estas son las netiquetas. De hecho, ofrecen ese código de honor que se presupone debe ser respetado, ya que hay que tener en cuenta que rara vez los comportamientos no adecuados reciben reprimendas más allá de censuras.





Las netiquetas + habituales



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

- **El comportamiento en Facebook:** Esta es una red social con el propósito de favorecer la comunicación y cada quien tiene la opción de hacer amigos o enemigos. Al igual que cuando nos inscribimos en un club elegimos con quien tener relaciones, en Facebook es enteramente igual, pero en modo virtual. Y un “muro” es análogo a la mesa que toma uno en determinado club: el que se sienta está sujeto a la regulación del que la posee.
- **El comportamiento en el correo electrónico:** La forma en la que nos dirigimos a la persona, el contenido del mensaje (publicidad, spam, cadenas, etc.), el contenido de los archivos adjuntos (si se aplica), el uso de mayúsculas, etc.
- **El comportamiento en los foros:** El nivel de lenguaje utilizado, el formato del mensaje, distinción de ambiente, etc.
- **El comportamiento en los blogs:** Comentarios formales o informales, concordancia del comentario con el tema, respeto hacia las otras opiniones, etc.
- **El comportamiento en el chat:** Respeto de la temática del chat, uso de iconos moderado, conciencia de las capacidades del servidor (flooding, tamaño de los ficheros o archivos).



Reglas básicas para comunicarnos Con nuestros clientes digitales.



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Regla N° 1: Recordar lo humano – Buena educación

A pesar de que en Internet normalmente somos anónimos, este hecho no nos exime de tratar a las personas con las que nos comunicamos cuidadosamente, midiendo las palabras que utilizamos. Asimismo, lo que escribimos puede ser archivado y luego utilizado en nuestra contra.

Regla N° 2: Comportarse como en la vida real

Respetar y comportarse de acuerdo a las leyes de la sociedad y del ciberespacio es imprescindible. El hecho de que en el ciberespacio las posibilidades de ser descubierto son remotas no puede obviar la existencia de un ser humano al otro lado de los dispositivos.

Regla N° 3: Saber en qué lugar del ciberespacio estamos

Antes de participar en una actividad en Internet, se debe observar la conducta, costumbres y leer las normas del sitio. Dado que no todas funcionan de la misma forma, se pueden cometer errores por no estar informado.



Reglas básicas para comunicarnos Con nuestros clientes digitales.



Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Regla N° 4: Respetar el tiempo y el ancho de banda de los demás

Antes de enviar una información a una determinada persona, es conveniente asegurarse de que lo que se envía es de importancia y que es breve y conciso, puesto que el tiempo de los demás vale su peso en oro.

Regla N° 5: Cuidar la forma de escritura

Es importante realizar una buena redacción y gramática para redactar los correos. Esto los convertirá en claros y coherentes. Se debe cuidar la información que transmitida para que esta no sea distorsionada.

Regla N° 6: Compartir el conocimiento de expertos

Compartir nuestros conocimientos y los de los expertos con otras personas de la red ayudará a convertir el ciberespacio en un medio para enseñar y comunicar.



Diseñando la propuesta de valor para mi cliente digital



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

La propuesta de valor es el conjunto de procesos, productos y/o servicios por los cuales los clientes están dispuestos a pagar.

1 Definir el tipo de cliente digital



Como primer paso deberás de identificar los tipos de cliente que tu empresa (**propuesta de valor**) está **satisfaciendo**. Es necesario notar que cada uno de estos tipos de clientes obtienen un **valor diferente de tu parte**.

Si tienes problemas para identificar los diferentes tipos de cliente, busca diferencias en las motivaciones de clientes de por qué te compran.



Diseñando la propuesta de valor para mi cliente digital



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

La propuesta de valor es el conjunto de procesos, productos y/o servicios por los cuales los clientes están dispuestos a pagar.

2 Definir problemas del cliente



1. Cómo tu producto o servicio resuelve el problema o necesidad de tu cliente.
2. Qué beneficios debe esperar el cliente de tu producto o servicio.
3. Por qué te debe de elegir a ti y no a la competencia.



Diseñando la propuesta de valor para mi cliente digital



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

La propuesta de valor es el conjunto de procesos, productos y/o servicios por los cuales los clientes están dispuestos a pagar.

3 Identifica los beneficios de tu propuesta de valor



Ahora deberás de identificar que nuevos productos o servicios (pueden ser los mismos, pero con un componente digital) ofreces a tus clientes para ayudarlos a resolver los problemas identificados anteriormente.

Aspirinas (Emociones positivas solucionadas):
Cómo resuelves los problemas o necesidades (dolores antes relacionados) de tus clientes.

Vitaminas (emociones positivas atendidas):
Cómo estás aportando beneficios a tus clientes en base a las expectativas de tus clientes antes mencionadas.



Diseñando la propuesta de valor para mi cliente digital



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

La propuesta de valor es el conjunto de procesos, productos y/o servicios por los cuales los clientes están dispuestos a pagar.

4 Genera nuevos elementos de valor



- 1. Nuevas tecnologías:** ¿cómo podrían las nuevas tecnologías permitirte crear elementos adicionales de valor para tus clientes?
- 2. Tendencias en el entorno de tus clientes:** el estilo de vida de los consumidores te puede proporcionar nuevas oportunidades para crear valor, incluso con los mismos productos.
- 3. Necesidades insatisfechas:** ponte en contacto con tus clientes, obsérvalos directamente, habla con los principales usuarios. Seguramente encontrarás algunas necesidades no satisfechas que nadie está atacando; una de ellas puede ser una oportunidad para que tu negocio añada nuevo valor.



Diseñando la propuesta de valor para mi cliente digital



Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

La propuesta de valor es el conjunto de procesos, productos y/o servicios por los cuales los clientes están dispuestos a pagar.

5 Genera la Propuesta de Valor



Ahora deberás de generar una nueva propuesta de valor orientada a nuevas ideas o procesos utilizando la tecnología como un medio para satisfacer a tus clientes.



Ahora comenzaremos a trabajar en nuestra propia propuesta de valor según lo visto en clases.



Diseñando la propuesta de valor para mi cliente digital

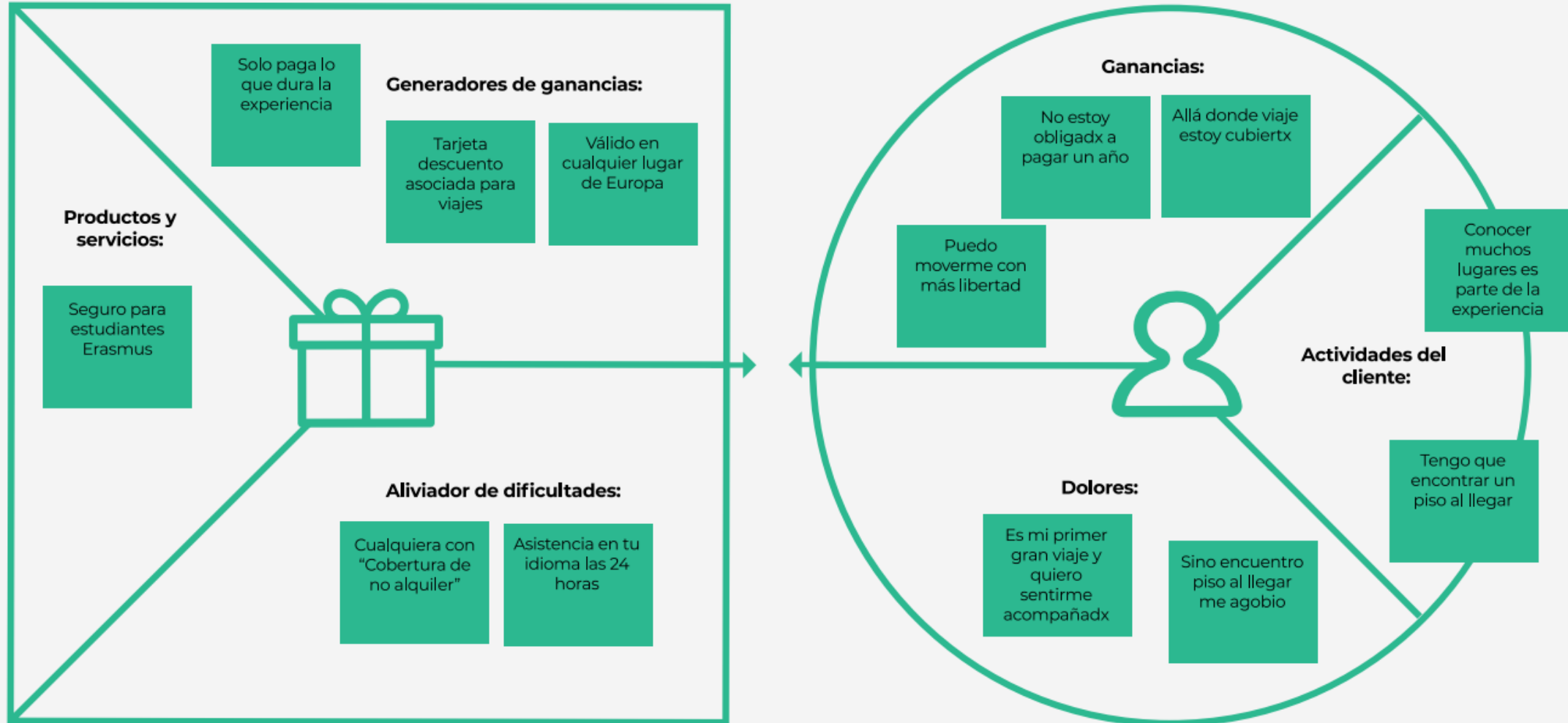


Transferencia Inserción a la Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano





Ejemplo





Transferencia Inserción a la
Digitalización de la Micro y
Pequeña Empresa de Talcahuano

Digitalización de la Micro y Pequeña Empresa de Talcahuano

Docente: Marcos Leiva U.

Contacto: marcosleiva@chileconsultor.cl

