

Sensibilización de un negocio ecológico: Sesión 1 sensibilización-¿qué es?

Nombre del facilitador aquí



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Visión general

- ◆ Objetivos y resultados de aprendizaje
- ◆ Empezar
- ◆ ¿Qué es?
- ◆ Comprender el entorno empresarial y los clientes
- ◆ ¿Cuál es su propuesta de valor?
- ◆ Comprensión de las necesidades de sus clientes

Resumen



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Objetivo general

- ◆ El objetivo general de este taller es:
- ◆ Introducir lo que se entiende por crear conciencia de un negocio verde
- ◆ Al hacerlo, el taller le permitirá: (i) reflexionar sobre cómo aumentar la conciencia de la empresa contribuye a la entrega de la propuesta de valor de la empresa y (II) entender las necesidades y deseos de sus clientes



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Resultados de aprendizaje

- ◆ Al final del taller, usted podrá:
 - ◆ Entender lo que se entiende por crear conciencia en el contexto de iniciar y desarrollar un negocio verde
 - ◆ Comprender el impacto del entorno empresarial al desarrollar una propuesta de valor para un negocio verde
 - ◆ Ser capaz de analizar los mercados y las necesidades de los clientes



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



El proceso de aprendizaje

- ◆ Lecciones sobre aprendizaje
- ◆ Trabajo en grupo
- ◆ Reflexión individual
- ◆ ... y el aprendizaje y la diversión



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Comencemos...

- ◆ Una pregunta rápida:
- ◆ **¿Qué significa para ti elevar la conciencia al iniciar y gestionar un negocio ecológico?**
- ◆ **Comparta sus pensamientos con el resto del grupo**



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**

“

¿Qué es?

El proceso por el cual las empresas crean valor para los clientes y construyen fuertes relaciones con el cliente para capturar el valor de los clientes a cambio (Kotler y Armstrong, 2015, p. 29)

El proceso de gestión responsable de identificar, anticipar y satisfacer los requerimientos de los clientes rentablemente (Chartered Institute of Marketing)



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**

“

¿Qué es?

El marketing se trata de conseguir más clientes para comprar más, más a menudo e idealmente a precios más altos. Sin embargo, escondido detrás de sus sistemas de CRM rotos (¿el suyo funciona, realmente?) enviar sus correos electrónicos rotos para mejorar sus transacciones de clientes rotos no es la manera (Craven, 2015)



Erasmus+



¿Qué es?

- ◆ Las actividades emprendidas para sensibilizar a un negocio se etiquetan comúnmente como marketing
- ◆ Diferencia entre la comercialización y la venta
- ◆ Marketing como interfaz frente al marketing como función
- ◆ La importancia de entender al cliente



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



¿Qué es?

- ◆ **Actividad**
- ◆ **Sobre la base de fuentes secundarias de material (por ejemplo, material de marketing, sitios web, contenido en medios sociales), comparar y contrastar las actividades de marketing de un pequeño negocio verde con un gran negocio verde**
- ◆ **Identificar tres similitudes y diferencias entre los dos**



Erasmus+



Algunas preguntas...

- ◆ Preguntas clave:
- ◆ ¿por qué la gente debe molestarse en comprarle a usted cuando se puede comprar de la competencia?
- ◆ ¿Qué hace que su negocio sea diferente del resto?
- ◆ ¿Qué opinan los clientes de usted y de su negocio?
- ◆ ¿le está dando a sus clientes lo que quieren hoy? ¿y mañana?



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Understanding the Business Environment

- ◆ Al iniciar o desarrollar un negocio verde, usted tendrá una red de relaciones con las partes interesadas que administrar
- ◆ Esta red de relaciones es su entorno de negocios o entorno 'Task' (Rosenbusch et al., 2013)



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Comprender el entorno empresarial

- ◆ La comprensión de su entorno de tareas es importante porque:
 - ◆ Para las empresas verdes nuevas y existentes existen mayores niveles de incertidumbre y cambio en el entorno empresarial, lo que genera oportunidades y desafíos
 - ◆ Las tendencias que vemos darán forma a las necesidades y demandas de los clientes
 - ◆ Es importante evitar cualquier sorpresa, ya que pueden ser caras



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Comprender el entorno empresarial

Push – examples of change which threaten the business



Pull – examples of change which offer opportunities

Your customers start thinking your product and service offerings are old-fashioned

You find new ways to do things better

Your 'star' products and services reach the end of their life cycle

New markets want your products

Competitors do what you do better or more cheaply

You find ways to do new things

Your customers' requirements change

New techniques change what you can do

New products and services make yours unnecessary

Government policy offers incentives and subsidies

Regulation increases your costs



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Comprender el entorno empresarial

- ◆ Hay varias herramientas que se pueden utilizar para obtener una comprensión del entorno empresarial
- ◆ La herramienta más comúnmente usada es el marco de Pest (le)
- ◆ PESTLE – Política, Económico, Social, Tecnológico, Legal, Ambiental



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Comprender el entorno empresarial

◆ **Activity:**

- ◆ En grupos de 3 a 4, complete un análisis PESTLE del entorno de negocios para las empresas verdes en el [país del taller]
- ◆ Basándose en su análisis, identifique las implicaciones para iniciar y desarrollar un negocio verde
- ◆ Resumir las cuestiones clave en una presentación informal



Erasmus+



Comprensión del cliente

- ◆ Diferentes tipos de clientes – actuales, prospectivos, perdidos
- ◆ Diferencia entre necesidades y deseos
- ◆ La necesidad se puede definir como un estado de falta de Privación (Maslow, 1943)

- ◆ *Los deseos son una forma que las necesidades humanas toman, según lo formado por culturas locales y personalidades individuales*



Comprensión del cliente

- ◆ Los clientes generalmente eligen de una variedad tremenda de productos y de servicios para satisfacer una necesidad determinada o desean
- ◆ Son estas necesidades y deseos que se cumplen a través de una oferta de marketing
- ◆ Es importante apuntar productos y servicios a grupos de clientes con las mismas necesidades o deseos
- ◆ Si un negocio declara que está apuntando a todo el mundo, entonces ellos no están apuntando a nadie



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Comprensión del cliente

- ◆ El proceso de identificar y dividir el mercado en segmentos de clientes se llama segmentación del mercado
- ◆ El mercado puede definirse o segmentarse basándose en una serie de criterios, entre los que se incluyen:
 - ◆ Geografía
 - ◆ Demografía
 - ◆ Instituciones
 - ◆ Comportamientos
 - Vida



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Comprensión del cliente

- ◆ Hay una serie de estudios disponibles que han segmentado el mercado de las empresas verdes
- ◆ Estos incluyen:
 - ◆ Segmentación ecológica y ética – llame a crédito
 - ◆ Marco de acción de Marketing verde – Yankelovich
 - ◆ Tres matices de verde – América verde, Asociación para la oportunidad empresarial y EcoVentures internacional



Comprensión del cliente

- ◆ **Actividad:**
- ◆ **Reflexionar sobre los clientes potenciales o actuales de tu negocio:**
- ◆ **Identificar grupos o segmentos de clientes y sus necesidades**
- ◆ **Evalúe hasta qué punto su actividad de mercadeo (informal y formal) satisfará las necesidades de estas diferentes agrupaciones**



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Desarrollando su propuesta de valor

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:

Iteration:

<p>Key Partners </p> <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources do we acquire from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p>Business Model Canvas © 2009-2014 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Bernard Spohrer, and Gregory Levina www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Key Activities </p> <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Business Plans?</p> <p>Business Model Canvas © 2009-2014 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Bernard Spohrer, and Gregory Levina www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Value Propositions </p> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p>Business Model Canvas © 2009-2014 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Bernard Spohrer, and Gregory Levina www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p>Business Model Canvas © 2009-2014 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Bernard Spohrer, and Gregory Levina www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Customer Segments </p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p>Business Model Canvas © 2009-2014 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Bernard Spohrer, and Gregory Levina www.businessmodelgeneration.com</p>
<p>Cost Structure</p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p>Business Model Canvas © 2009-2014 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Bernard Spohrer, and Gregory Levina www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Revenue Streams </p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <p>Business Model Canvas © 2009-2014 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Bernard Spohrer, and Gregory Levina www.businessmodelgeneration.com</p>			





**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Desarrollando su propuesta de valor

- ◆ Un enunciado de posicionamiento es una frase breve que transmite la esencia del valor entregado por el negocio
- ◆ En el contexto del desarrollo del modelo de negocio, esta declaración de posicionamiento se denomina cada vez más como la propuesta de valor (Osterwalder y Pigneur, 2010)



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Desarrollando su propuesta de valor

OLIO

ABOUT

FOOD WASTE

GET INVOLVED

CHARITABLE FUNDRAISING

SHOP

BLOG

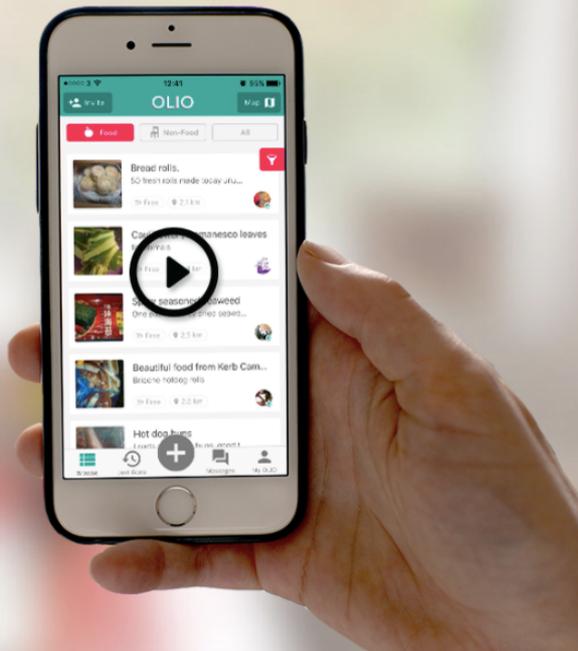
FAQS



JOIN THE FOOD SHARING REVOLUTION

OLIO is a free app connecting people with their neighbours and with local shops so surplus food and other items can be shared, not thrown away.

If you love food, hate waste, care about the environment or want to connect with your community, OLIO is for you.



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Desarrollando su propuesta de valor

"Tinder for beards" - CNBC

[Log in](#) [Sign up](#) [Blog](#) [Media kit](#)



Connecting those with beards to those
who want to stroke beards.

Create your free account today

Do you have a beard?

yes

no





**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Desarrollando su propuesta de valor

- ◆ **Actividad:**
- ◆ **¿Cómo describiría la propuesta de valor de su negocio verde a otros?**
- ◆ **¿Qué valor entrega a sus clientes?**



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Resumen

- ◆ La comercialización se utiliza comúnmente una etiqueta para describir las actividades implicadas en la sensibilización de un negocio
- ◆ Importancia de entender las tendencias en el entorno empresarial
- ◆ La centralidad del cliente
- ◆ La importancia de desarrollar una propuesta de valor claro para su negocio que permita que el valor de la empresa se relacione con las necesidades de los clientes



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Tarea

- ◆ Utilice uno de los marcos de segmentación para comprender las necesidades y experiencias de sus segmentos de clientes potenciales/actuales.
- ◆ Desarrollar un resumen que pueda ser compartido con otros en el próximo taller



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



¡Gracias!

Para más información

Visite el sitio web

Green-entrepreneurship.online



Erasmus+