www.bfjschool.com.

BANCA &
FINANZAS
para jóvenes

BANKING &
FINANCE
for the youth

BANKEN &
FINANZEN
für die Jugend

BANCA & FINANZAS para jóvenes

BANKEN & FINANZEN für die Jugend

von Gewußt zu Bewußt

Modelo de Negocios

Un modelo de negocio es un plan estratégico que describe qué hace una empresa y como crea valor. Sirve como un marco para comprender cómo una empresa genera y entrega productos o servicios, identifica a sus clientes objetivo, consigue ingresos y establece relaciones con los clientes. Además, ayuda a la empresa a comprender su mercado objetivo, identificar oportunidades y desafíos, y desarrollar estrategias para alcanzar sus objetivos comerciales.

En resumen, un modelo de negocio proporciona una estructura para la planificación y ejecución de las operaciones comerciales de una empresa.

Existen varios modelos o matrices que se utilizan para poder llevar a un modo gráfico y comprensible el negocio principal y modo de operar de una empresa.

Los modelos más utilizados son los siguientes:

- Business Model Canvas
- Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)
- Matriz BCG (Boston Consulting Group)
- Matriz de McKinsey

Geschäftsmodell

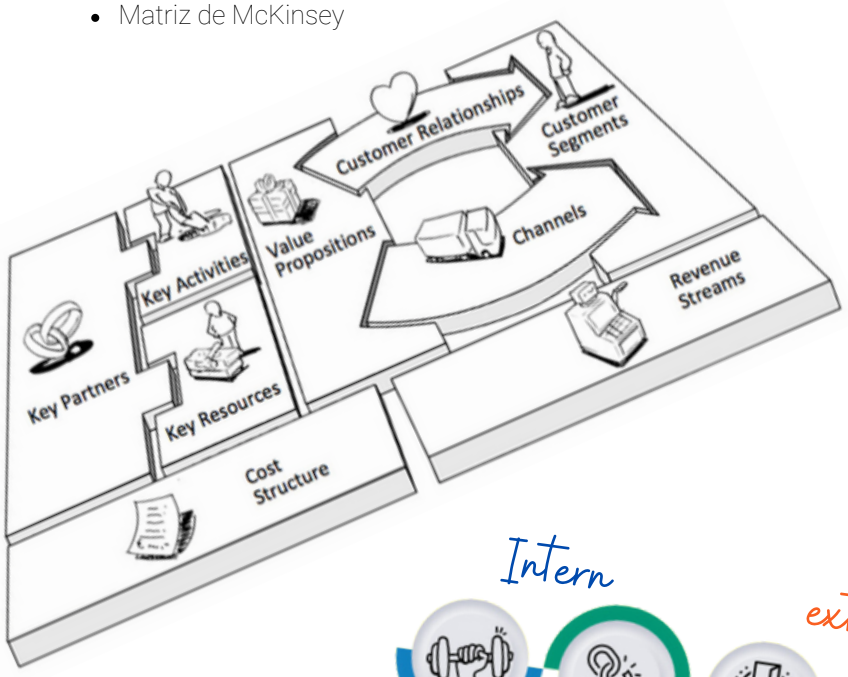
Ein Geschäftsmodell ist ein strategischer Plan, der beschreibt, was ein Unternehmen tut und wie es Wert schafft. Es dient als Rahmen, um zu verstehen, wie ein Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen generiert und liefert, seine Zielkunden identifiziert, Einnahmen erzielt und Kundenbeziehungen aufbaut. Darüber hinaus hilft es dem Unternehmen, seinen Zielmarkt zu verstehen, Chancen und Herausforderungen zu identifizieren und Strategien zur Erreichung seiner Geschäftsziele zu entwickeln.

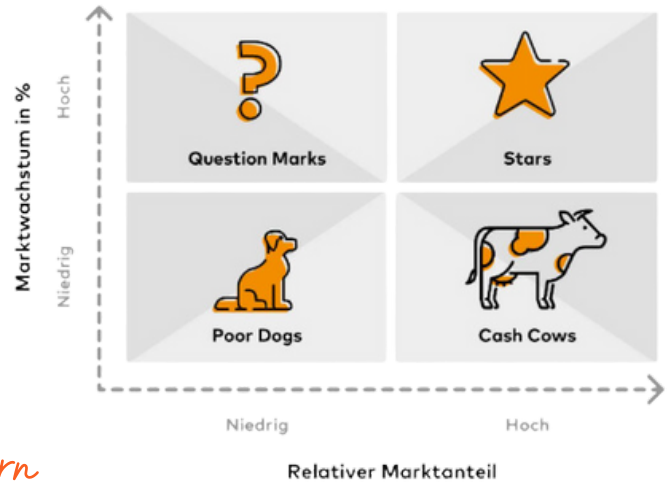
Zusammenfassend liefert ein Geschäftsmodell eine Struktur für die Planung und Durchführung der betrieblichen Abläufe eines Unternehmens.

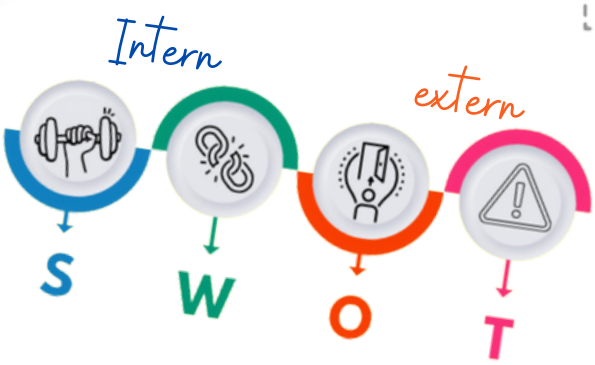
Es gibt verschiedene Modelle oder Matrizen, die verwendet werden, um das Hauptgeschäft und die Betriebsweise eines Unternehmens grafisch und verständlich darzustellen.

Die am häufigsten verwendete Modelle sind:

- Business Model Canvas
- SWOT-Analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)
- BCG-Matrix (Boston Consulting Group)
- McKinsey-Matrix







BANKEN & FINANZEN für die Jugend - Migone Schaefer Partners S.L. Verlag #008.00/24DE

El Business Model Canvas

Es una herramienta utilizada para visualizar y desarrollar modelos de negocio de manera sistemática. Consiste en un lienzo dividido en nueve celdas que representan los aspectos clave de un negocio. Las celdas se constituyen de la siguiente forma:

1. Segmentos de clientes (Customer Segments): Identifica los diferentes grupos de personas o empresas a las que tu negocio se dirige o sirve. Estos pueden ser segmentos de mercado específicos, como consumidores individuales, empresas o grupos demográficos particulares.
2. Propuesta de valor (Value Proposition): Describe los productos o servicios que tu empresa ofrece a sus clientes y cómo satisfacen sus necesidades o resuelven sus problemas de manera única. Es la razón principal por la cual los clientes eligen tu producto o servicio en lugar de los de la competencia.
3. Canales de distribución (Channels): Indica cómo llegan tus productos o servicios a tus clientes. Esto puede incluir canales de venta directos, como tiendas físicas o en línea, o canales indirectos, como distribuidores o socios comerciales.
4. Relaciones con los clientes (Customer Relationships): Detalla cómo interactúa tu empresa con sus clientes para adquirir, retener y fidelizarlos. Esto puede incluir servicios de atención al cliente, programas de fidelización o marketing personalizado.
5. Fuentes de ingresos (Revenue Streams): Enumera las diferentes formas en que tu empresa genera ingresos, ya sea a través de la venta de productos, servicios, suscripciones, publicidad u otras fuentes.
6. Recursos clave (Key Resources): Identifica los activos más importantes que tu empresa necesita para operar con éxito, como personas, tecnología, infraestructura, conocimientos o capital.
7. Actividades clave (Key Activities): Describe las actividades principales que tu empresa debe realizar para ofrecer su propuesta de valor y generar ingresos. Esto puede incluir actividades de producción, marketing, distribución o servicio al cliente.
8. Socios clave (Key Partnerships): Enumera las alianzas estratégicas o colaboraciones que tu empresa necesita para operar de manera eficiente y alcanzar sus objetivos. Esto puede incluir proveedores, fabricantes, distribuidores, socios tecnológicos o socios comerciales.
9. Estructura de costos (Cost Structure): Detalla todos los gastos asociados con la operación de tu negocio, incluidos costos fijos y variables, costos de personal, costos de producción, costos de marketing, entre otros.

Al completar todas las celdas del Business Model Canvas, obtienes una representación visual y completa de cómo funciona tu modelo de negocio, lo que te permite identificar oportunidades de mejora, tomar decisiones estratégicas y comunicar tu modelo de negocio de manera clara y concisa.

Das Business Model Canvas

Ist ein Werkzeug, das systematisch genutzt wird, um Geschäftsmodelle zu visualisieren und zu entwickeln. Es besteht aus einer Leinwand, die in neun Zellen unterteilt ist und die Schlüsselaspekte eines Unternehmens darstellt. Die Zellen sind wie folgt strukturiert:

1. Kundensegmente: Identifiziert die verschiedenen Personengruppen oder Unternehmen, die dein Unternehmen anspricht oder bedient. Diese können spezifische Marktsegmente sein, wie einzelne Verbraucher, Unternehmen oder bestimmte demographische Gruppen.
2. Wertangebot: Beschreibt die Produkte oder Dienstleistungen, die das Unternehmen seinen Kunden anbietet, und wie sie deren Bedürfnisse einzigartig erfüllen oder Probleme lösen. Es ist der Hauptgrund, warum Kunden Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung gegenüber denen der Konkurrenz wählen.
3. Vertriebskanäle: Zeigt, wie Ihre Produkte oder Dienstleistungen Ihre Kunden erreichen. Dies kann direkte Vertriebskanäle wie physische oder Online-Shops oder indirekte Kanäle wie Händler oder Geschäftspartner umfassen.
4. Kundenbeziehungen: Beschreibt, wie das Unternehmen mit seinen Kunden interagiert, um sie zu gewinnen, zu halten und zu binden. Dies kann Kundendienstleistungen, Treueprogramme oder personalisiertes Marketing umfassen.
5. Einnahmequellen: Listen die verschiedenen Möglichkeiten auf, wie das Unternehmen Einnahmen generiert, sei es durch den Verkauf von Produkten, Dienstleistungen, Abonnements, Werbung oder andere Quellen.
6. Schlüsselressourcen: Identifiziert die wichtigsten Vermögenswerte, die das Unternehmen benötigt, um erfolgreich zu sein, wie Menschen, Technologie, Infrastruktur, Wissen oder Kapital.
7. Schlüsselaktivitäten: Beschreibt die wichtigsten Aktivitäten, die das Unternehmen durchführen muss, um sein Wertangebot zu liefern und Einnahmen zu generieren. Dies kann Produktions-, Marketing-, Vertriebs- oder Kundendienstaktivitäten umfassen.
8. Schlüsselpartnerschaften: Listen die strategischen Partnerschaften oder Kooperationen auf, die das Unternehmen benötigt, um effizient zu arbeiten und seine Ziele zu erreichen. Dies kann Lieferanten, Hersteller, Distributoren, Technologiepartner oder Geschäftspartner umfassen.
9. Kostenstruktur: Beschreibt alle Kosten, die mit dem Betrieb des Unternehmens verbunden sind, einschließlich Fixkosten und variablen Kosten, Personalkosten, Produktionskosten, Marketingkosten usw.

Durch das Ausfüllen aller Zellen des Business Model Canvas erhalten Sie eine visuelle und umfassende Darstellung Ihres Geschäftsmodells, die es Ihnen ermöglicht, Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, strategische Entscheidungen zu treffen und Ihr Geschäftsmodell klar und prägnant zu kommunizieren.

BANKEN & FINANZEN für die Jugend - Migone Schaefer Partners S.L. Verlag #008.00/24DE

Cómo funcionan los demás modelos o matrices:

Matriz FODA (o SWOT):

- Fortalezas: Aspectos internos positivos de la empresa que le otorgan ventajas competitivas.
- Oportunidades: Factores externos favorables que la empresa puede aprovechar para su beneficio.
- Debilidades: Aspectos internos negativos que representan desventajas competitivas o limitaciones.
- Amenazas: Factores externos que pueden obstaculizar el desempeño o desarrollo de la empresa.

Matriz BCG (Boston Consulting Group):

- Estrellas: Productos o negocios con alta participación en el mercado y alta tasa de crecimiento.
- Vacas Lecheras: Productos o negocios con alta participación en el mercado pero baja tasa de crecimiento.
- Interrogantes o Preguntas: Productos o negocios con baja participación en el mercado pero alta tasa de crecimiento.
- Perros: Productos o negocios con baja participación en el mercado y baja tasa de crecimiento.

Matriz de McKinsey:

- Dimensiones Competitivas: Factores clave de éxito en la industria, como tecnología, calidad, servicio al cliente, etc.
- Atractivo del Mercado: Evaluación del potencial de crecimiento y rentabilidad del mercado en el que opera la empresa.
- Posición Competitiva: Evaluación de la posición relativa de la empresa en el mercado en función de las dimensiones competitivas.
- Selección Estratégica: Identificación de las áreas prioritarias para invertir recursos y mejorar la posición competitiva.

Estas matrices son herramientas de análisis estratégico que ayudan a las empresas a entender su situación actual, identificar oportunidades y amenazas, y desarrollar estrategias efectivas para alcanzar sus objetivos.

Wie funktionieren die anderen Modelle oder Matrizen:

SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Bedrohungen):

- Stärken: Interne positive Aspekte des Unternehmens, die ihm Wettbewerbsvorteile verschaffen.
- Chancen: Externe vorteilhafte Faktoren, die das Unternehmen für seinen Nutzen nutzen kann.
- Schwächen: Interne negative Aspekte, die Wettbewerbsnachteile oder Einschränkungen darstellen.
- Bedrohungen: Externe Faktoren, die die Leistung oder Entwicklung des Unternehmens behindern können.

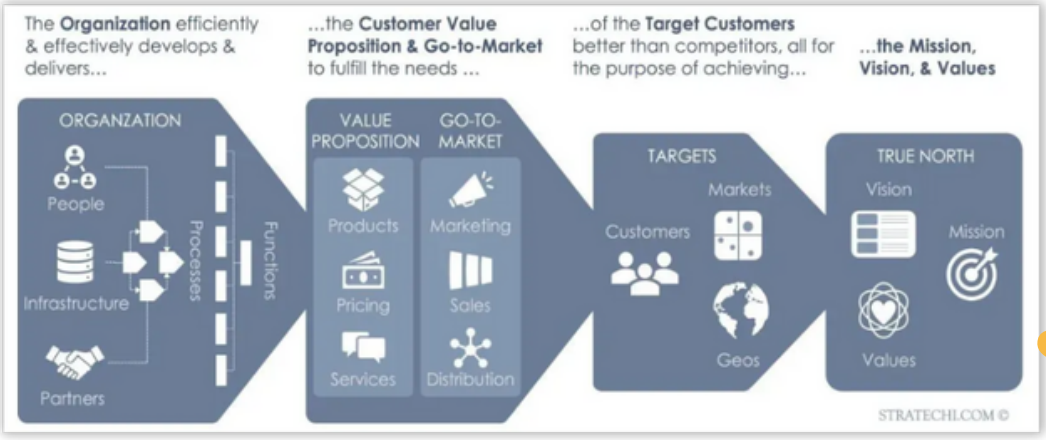
BCG-Matrix (Boston Consulting Group):

- Sterne: Produkte oder Geschäfte mit hohem Marktanteil und hohem Wachstum.
- Cash Cows (Vacas Lecheras): Produkte oder Geschäfte mit hohem Marktanteil, aber niedrigem Wachstum.
- Fragezeichen: Produkte oder Geschäfte mit geringem Marktanteil, aber hohem Wachstum.
- Hunde: Produkte oder Geschäfte mit geringem Marktanteil und niedrigem Wachstum.

McKinsey-Matrix:

- Wettbewerbsdimensionen: Schlüsselerfolgsfaktoren in der Branche wie Technologie, Qualität, Kundenservice usw.
- Marktattraktivität: Bewertung des Wachstums- und Rentabilitätspotenzials des Marktes, in dem das Unternehmen tätig ist.
- Wettbewerbsposition: Bewertung der relativen Position des Unternehmens auf dem Markt basierend auf den Wettbewerbsdimensionen.
- Strategische Auswahl: Identifizierung prioritärer Bereiche für Investitionen von Ressourcen und Verbesserung der Wettbewerbsposition.

Diese Matrizen sind strategische Analysewerkzeuge, die Unternehmen helfen, ihre aktuelle Situation zu verstehen, Chancen und Bedrohungen zu identifizieren und effektive Strategien zur Erreichung ihrer Ziele zu entwickeln.



8. Wichtige Partner
Wer sind unsere Partner?

7. Schlüsselaktivitäten
Welche Hauptaktivitäten erfordern unsere Wertversprechen?

2. Wertangebot
Welchen Mehrwert liefern wir dem Kunden?

4. Kundenbeziehungen
Welche Art von Beziehungen erwarten unsere Kundensegmente?

1. Kundensegmente
Für wen schaffen wir Werte?

6. Schlüsselressourcen
Welche Hauptressourcen benötigen unsere Wertversprechen?

3. Vertriebskanäle
Wie erreichen wir unsere Kundensegmente? Infrast ruktur

9. Kostenstruktur
Was sind die wichtigen Kosten, die unserem Geschäftsmodell innewohnen?

5. Einnahmequellen / Umsatzströme
Welchen Wert sind unsere Kunden bereit zu zahlen?