

Unitat 1

La idea de negoci



1.1 La idea de negoci

- La idea de negoci és el producte o servei que vols oferir al mercat.
- El mitjà pel qual atraure clients i obtenir benefici econòmic.
- No només hem de tenir una bona idea, hem d'AVALUAR-LA i comprovar la VIABILITAT ECONÒMICA.



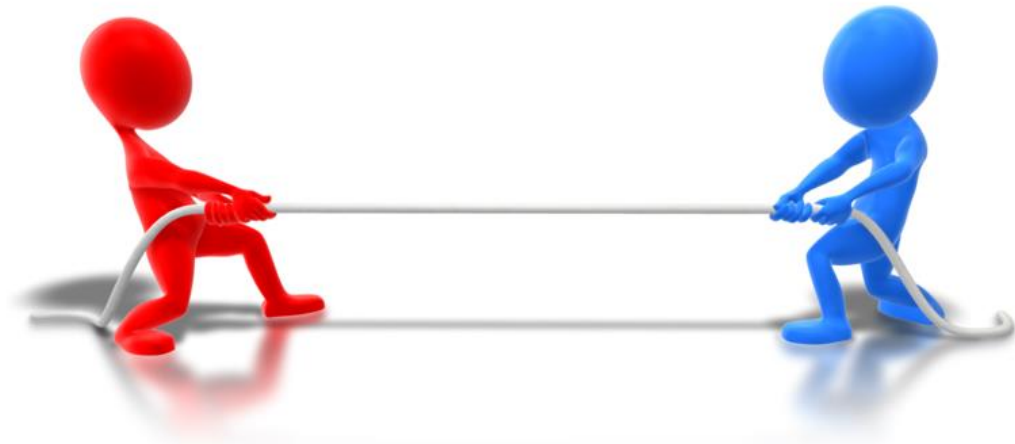
S'ha de concretar la idea de negoci i descriure-la de la manera més precisa possible.



1.1 La idea de negoci

Hem de concretar:

1. Descripció del producte o servei que vols oferir al mercat.
2. La necessitat que cobreix el teu producte o servei. Hem d'aconseguir nínxols de mercat.
3. Clientela potencial



1.1 La idea de negoci

4. Competència

5. Valor afegit: Diferenciació del producte



1.1 La idea de negoci

Com tenir idees?

Tinc una idea. RTVE



1.1 Avaluació de la idea de negoci - DAFO

DEBILITATS INTERNES

- ✓ Es tracta d'analitzar aspectes interns que suposin una desavantatge comparativa vers els competidors.

AMENACES EXTERNES

- ✓ Aspectes del micro o macro entorn que poden situar a l'empresa en pitjor situació competitiva

FORTALESES INTERNES

- ✓ Aspectes específics de la teva empresa que suposin una avantatge comparativa vs les altres empreses. (preu, qualitat, diferenciació,..)

OPORTUNITATS EXTERNES

- ✓ Aspectes externs que poden millorar la teva situació, com per exemple millora tecnològica, creixement del mercat, millora economia, ...



1.1 Exemple DAFO botiga mascotes



1.2 Les necessitats

- La idea de negoci surt d'una necessitat específica



PIRÀMIDE DE NECESSITATS DE MASLOW

Maslow proposava una teoria segons la qual existeix una **jerarquia de les necessitats humanes**, i defensava que a partir de satisfer necessitats més bàsiques, els éssers humans desenvolupem necessitats i desitjos més elevats (podem crear noves necessitats)



1.2 Les necessitats

PIRÁMIDE DE LAS NECESIDADES DE MASLOW



1.2 Les necessitats - Activitat

Repsol i la piràmide de Maslow.

Mireu el següent vídeo i responeu les següents qüestions:

Anunci

- Quines necessitats es mencionen a l'anunci?
- A qui s'apliquen aquestes necessitats a l'anunci?
- Com associes cada necessitat a les imatges que es projecten al pronunciar-les?
- Quina és la necessitat principal que intenta satisfer Repsol?



1.2 Les necessitats

- Per tant, les necessitats es poden crear.



Com creem noves necessitats?



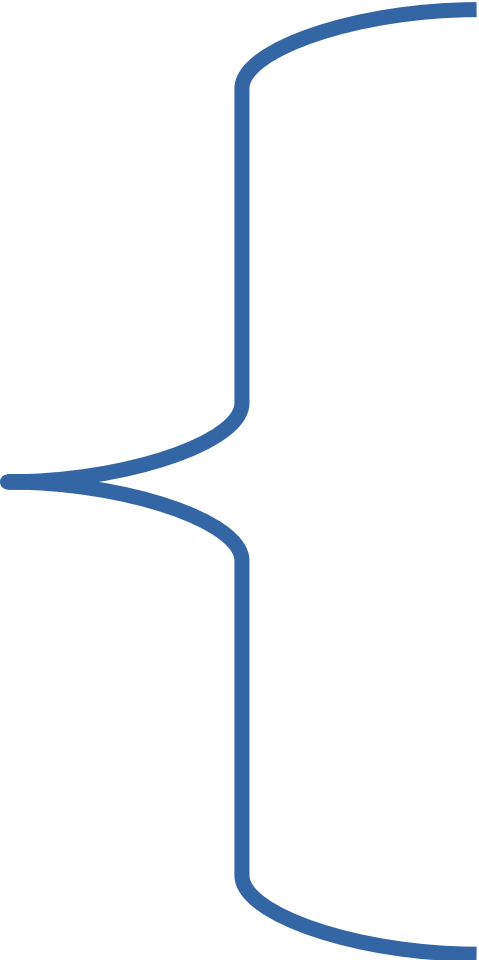
1.3 Clientela potencial



- Un client potencial és tota aquella persona susceptible de convertir-se en comprador del nostre producte.
- Hem de conèixer al nostre consumidor → **ESTUDIS DE MERCAT** (edat, ubicació, gènere, situació socioeconòmica, ...)
- La millor forma de conèixer el nostre client potencial és estudiar la nostra cartera de clients. (analitzar el client)



1.4 Competència

- 
- COMPETÈNCIA DIRECTA (fa el mateix producte que nosaltres)
 - COMPETÈNCIA INDIRECTA (fa un producte substitutiu)



1.4 Competència

Identificar quins competidors hi ha.

- On són, en quines zones operen i quina és la seva quota de mercat.
- A qui venen i quina és la imatge que té d'ells el client potencial? Tenen prestigi?
- Quins productes o serveis ofereixen i amb quines garanties? Són innovadors? Tenen qualitat?
- Quina és la seva política de preus, descomptes i condicions de pagament?
- Inverteixen part del seu pressupost en promoció i publicitat?
- Quina estratègia competitiva utilitzen? Quins avantatges tenen, quines són les seves mancances, i per què tenen èxit o per què no?



1.5 Diferenciació

- Tot emprenedor voldrà aconseguir un **PRODUCTE ÚNIC**



ESTRATÈGIES DIFERENCIACIÓ:

- Basada en CARACTERÍSTIQUES OBSERVABLES (color, forma, disseny, ...)
- Basada en MERCAT al que es dirigeix (cobreix diferents necessitats)
- Basada en CARACTERÍSTIQUES EMPRESA (millor servei, millors instal·lacions, ...)



1.6 Elements del model de negoci

- Segments de clients: qui són els clients i quines són les seves necessitats.
- Proposta de valor: quina és l'oferta de l'empresa (productes, serveis, solucions o experiències) i quines necessitats estem cobrint als nostres clients.
- Canals de distribució: a través de quins canals ens relacionem.
- Relació amb clients: com ens relacionem amb els nostres clients.
- Fluxos d'ingressos: com generem ingressos o quina és la lògica d'ingressos.
- Recursos clau: amb quins recursos i capacitats comptem per generar la nostra proposta i de quins requerim (físics, humans, financers, intel·lectuals).
- Activitats clau: quines activitats realitzem per generar la proposta de valor per al client (producció, marketing, resolució de problemes, plataforma).
- Socis clau: qui són els nostres aliats principals que complementen i optimitzen la proposta de valor.
- Costos estructurals: quins costos principals duu associada la nostra activitat.



1.6 Elements del model de negoci

Anàlisi models de
negoci Fitness



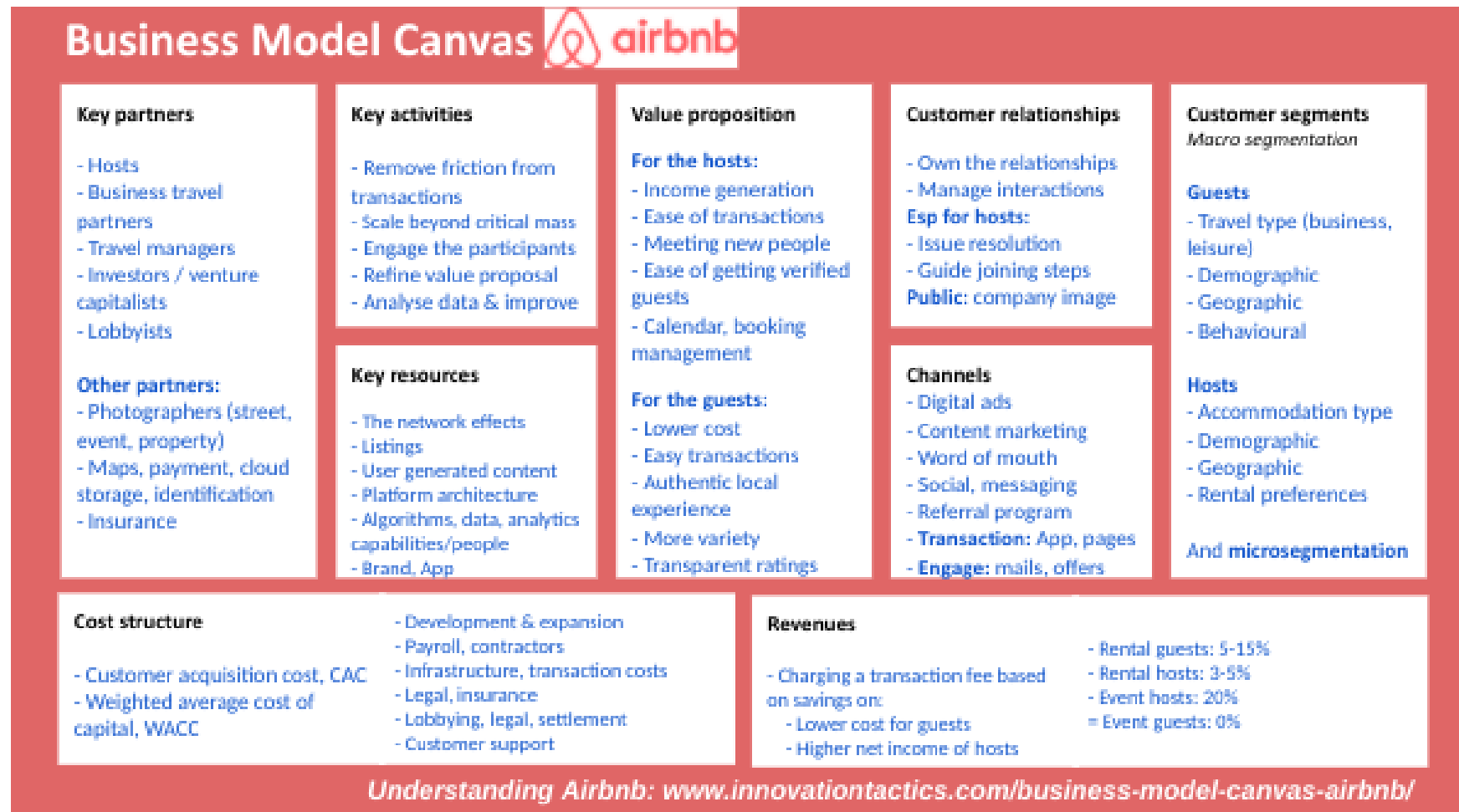
1.6 Elements del model de negoci

I want to develop a clear plan
on how to grow my idea into something bigger

BUSINESS MODEL CANVAS

Who will help you? KEY PARTNERS Who are your key partners/suppliers? What are the most important motivations for the partnerships?	How do you do it? KEY ACTIVITIES What key activities does your value proposition require? What activities are most important for your distribution channels, customer relationships, revenue streams etc?	What do you do? VALUE PROPOSITION What core value do you deliver to your audience? Which needs are you satisfying?	How do you interact? AUDIENCE RELATIONSHIPS What relationship does the target audience expect you to establish? How can you integrate that into your work in terms of cost and format?	Who do you help? AUDIENCE SEGMENTS Which groups are you creating value for? Who is your most important audience?
	What do you need? KEY RESOURCES What key resources does your value proposition require?		How do you reach them? DISTRIBUTION CHANNELS Through which channel does your audience want to be reached? Which channels work best? How much do they cost? How can they be integrated into your and your audiences routines?	
What will it cost? COST STRUCTURE What are the most important costs in your work? Which key resources/ activities are most expensive?			How much will you make? REVENUE STREAM For what value are your audiences willing to pay? What and how do they recently pay? How would they prefer to pay? How much does every revenue stream contribute to the overall revenues?	

1.6 Exemple Elements del model de negoci



1.7 Pla empresa

- PLA EMPRESA: Document escrit on s'explica i detalla el projecte d'una nova empresa tenint en compte tots els elements rellevants, recursos necessaris i accions per dur a terme el projecte i viabilitat.

OBJECTIUS PLA EMPRESA:

- Eina planificació i control per reduir el risc de fracàs
- Eina de formació (oportunitats de negoci i mercats d'interès més prometedors per l'empresa)
- Crea consciència de les dificultats a superar
- Explica el marc de comunicació i venda
- Permet analitzar els costos i rendibilitat



1.7 Pla empresa

El pla d'empresa es pot estructurar en els apartats següents:

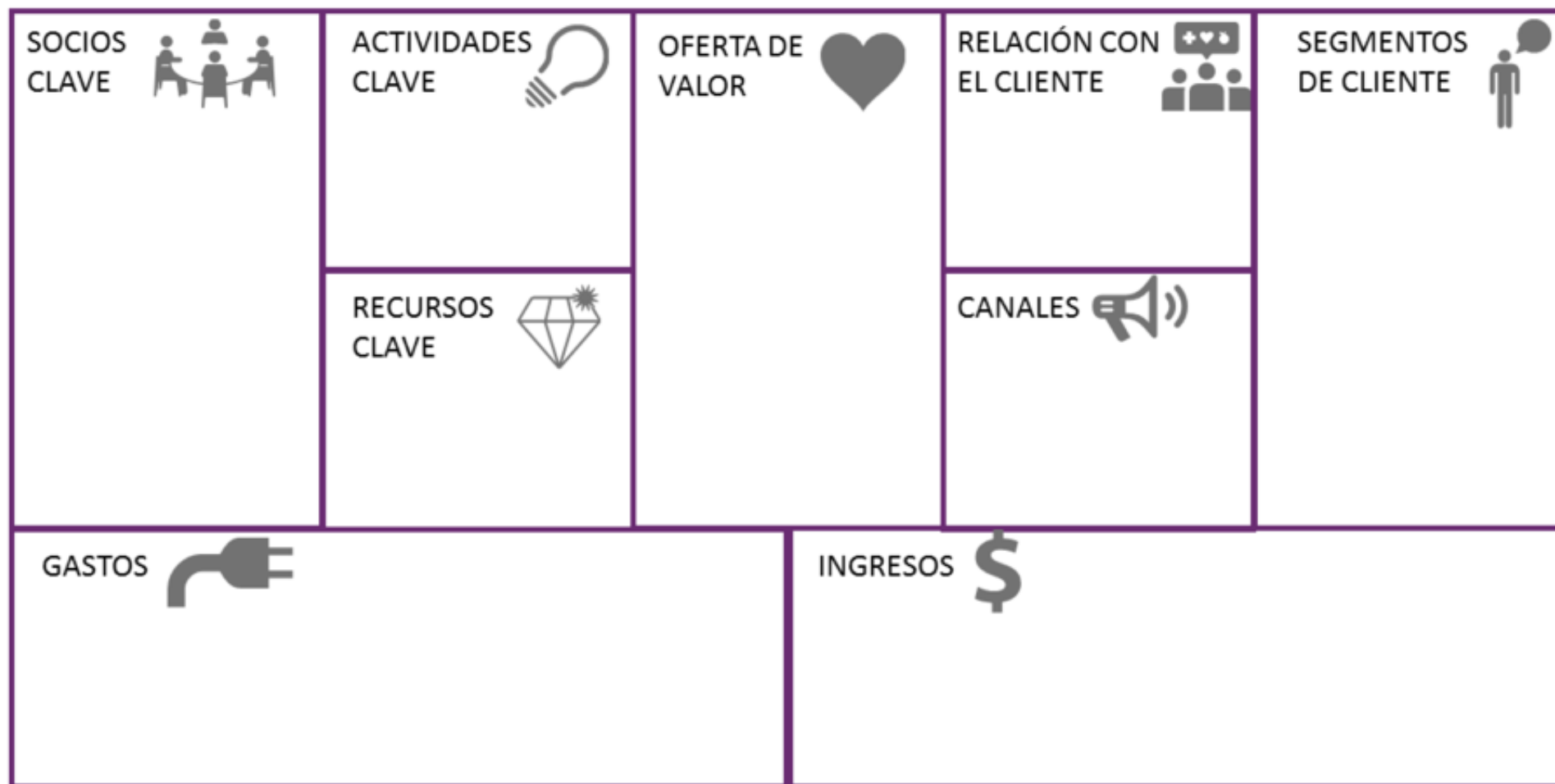
1. Resum → Aspectes més rellevants projecte (idea de negoci, objectius, ...)
2. Persona emprenedora o equip fundador → Informació detallada dels socis fundadors (CV)
3. Pla de producció o d'operacions → Informe detallat de materials necessaris per la producció del bé o servei (costos, infraestructures, previsions,..)
4. Pla d'organització → Estructura organitzativa, organigrama, RRHH, ...
5. Pla juridicofiscal → forma jurídica escollida i aspectes legals
6. Pla economicofinancer → càlcul llindar rendibilitat i balanç de situació
7. Pla de màrqueting
8. Annexos



1.7 Pla empresa – Canvas BMC

Canvas és l'eina per dissenyar o comunicar el nostre model de negoci

Business Model Canvas - BMC



1.8 Ideas negoci

INICIOCRONOMETRAJESERVICIOS PISTA ▾NOTICIASI+D+IBLOGCONTACTOTIENDA



NUESTRO MATERIAL

Complementa tu meta

RELOJARCO HINCHABLE



CRONOMETRAJE CHIP

Servicio de Cronometraje con chip (UHF) homologado por la Real Federación Española de Atletismo.

LEER MÁS



SMID

Sistema de Medición por Imagen Digital diseñado por Sport Solution, para saltos de Longitud y Triple Salto.

LEER MÁS



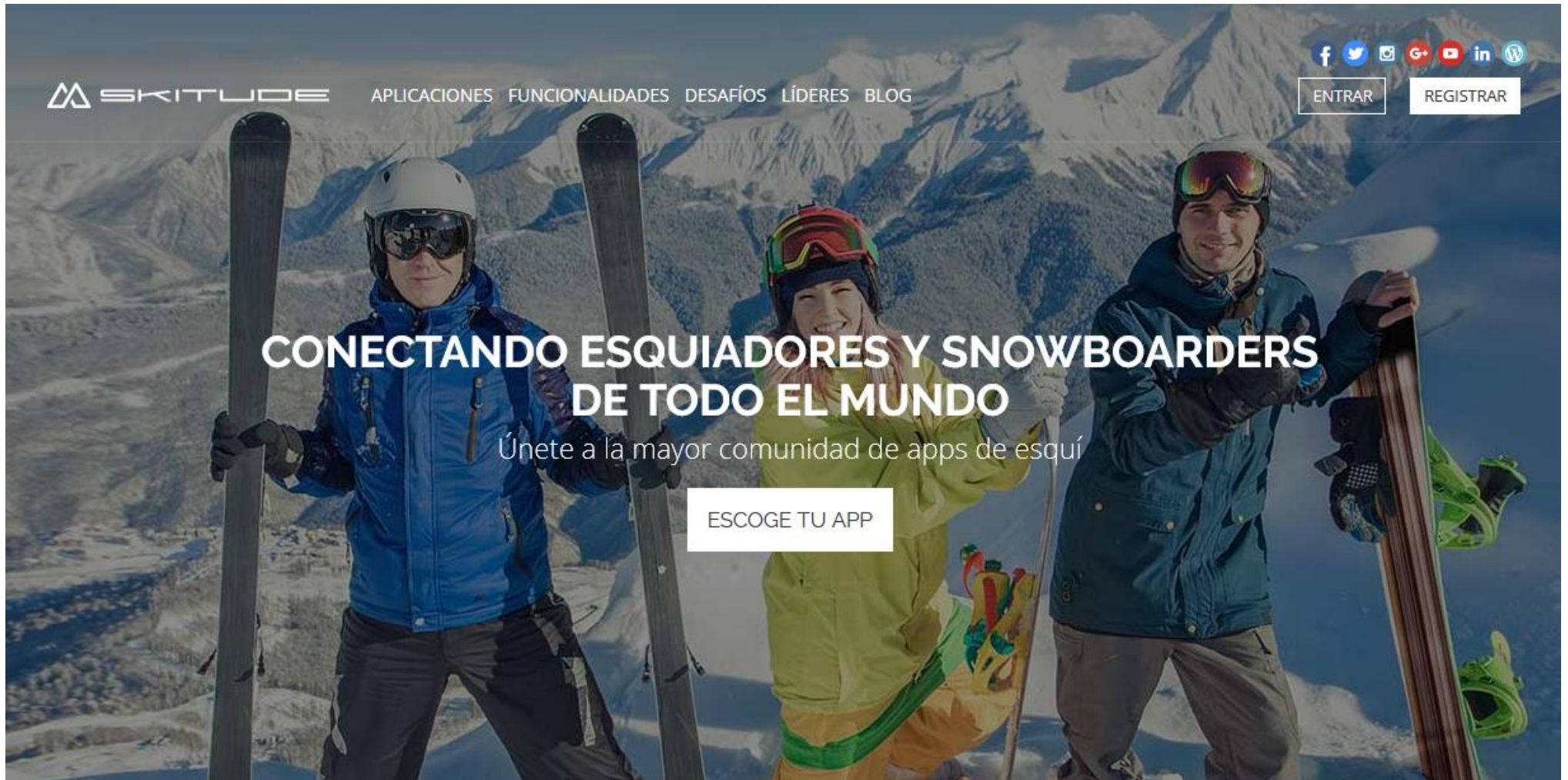
VCR

Sistema oficial en el Campeonato de Europa de Barcelona 2010 y en el Mundial Junior de Barcelona 2012.

LEER MÁS



1.8 Ideas negoci



1.8 Ideas negoci



LA MARCA DEPORTIVA SOLIDARIA

 [Buscar](#)  [Mi Cesta](#)  [Mi Cuenta](#)

[OUTLET](#)

[COLECTIVOS](#)

[STORE](#)

[CONOCE GEDO](#) ▾

[COMUNIDAD NICEPEOPLE](#)

FÚTBOL PARA TODOS



Joaquín convoca a 40.000 #NicePeople para conseguir el mayor reto solidario del fútbol español



1.8 Ideas negoci

PROYECTOS Y CONSTRUCCIONES DEPORTIVAS



HOME

QUIENES SOMOS ▾

AREAS DE TRABAJO ▾

PRINCIPALES OBRAS

NOTICIAS

CONTACTO



Campos de futbol

Césped artificial de última generación



1.8 Ideas negoci



1.8 Ideas negoci



Instagram

Buscar

Iniciar sesión



nutrideporte

Seguir

5,708 publicaciones

307k seguidores

315 seguidos

Nutrideporte

🏃 Dietas personalizadas/Rutinas de ejercicios online💪

💻 CONTACTO:

✉ Email: nutridietonline@hotmail.com 🧑

🌐 Pagina Web: www.nutrideport.es

m.facebook.com/nutrideporte.nutrideporte?fref=ts7



Información



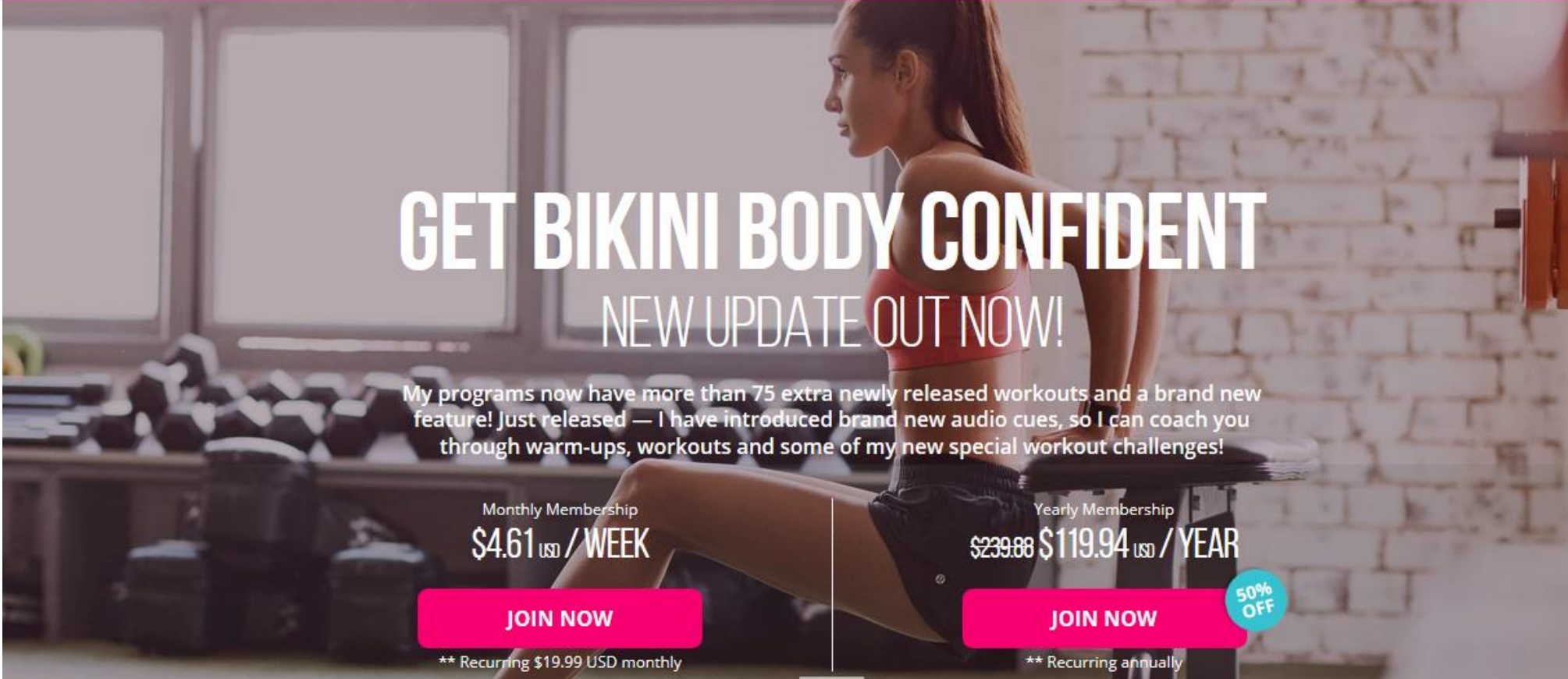
Domingos t...



Juego tipo ...



1.8 Idees negoci



Not signed up for our newsletter yet? [Sign Me Up!](#) [×](#)

Hayla Fitness [EBOOKS](#) [SHOP](#) [BLOG](#) [COMMUNITY](#) [FORUM](#) [SUPPORT](#) [LOGIN](#)

GET BIKINI BODY CONFIDENT

NEW UPDATE OUT NOW!

My programs now have more than 75 extra newly released workouts and a brand new feature! Just released — I have introduced brand new audio cues, so I can coach you through warm-ups, workouts and some of my new special workout challenges!

Monthly Membership	Yearly Membership
\$4.61 \$4.61 USD / WEEK	\$239.00 \$119.94 USD / YEAR
JOIN NOW	JOIN NOW 50% OFF
** Recurring \$19.99 USD monthly	** Recurring annually



1.8 Idees negoci

