

BIK! WEBINAR

En busca de la Perla Negra

1ª SESIÓN PROGRAMA BIK ROCKET

22/04

11.00 H.

FINANCIA



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUT AGENCIA DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

COORDINA

CEEI
COMUNITAT
VALENCIANA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS



 **BIK**

ROCKET



En Busca de la Perla Negra





¿Por dónde empiezo?

Research

1

Información

2

Todo visual

3

Tendencias clave

4

Impacto y Riesgos

Herramientas

● **alcachofas**
Término de búsqueda

● **tomates**
Término de búsqueda

+ Añadir comparación

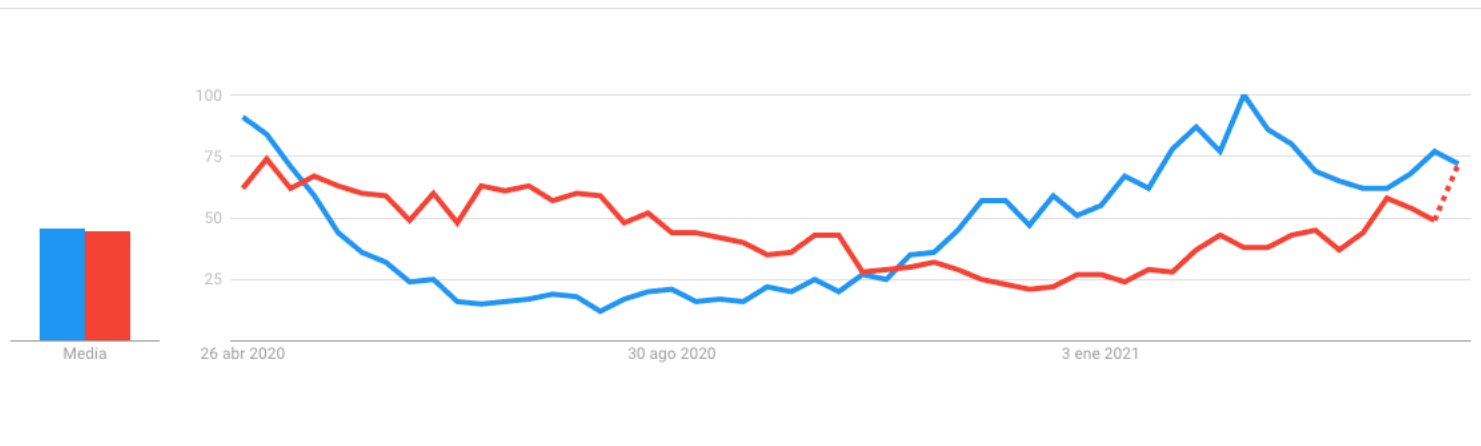
España ▾

Últimos 12 meses ▾

Todas las categorías ▾

Búsqueda web ▾

Interés a lo largo del tiempo ?



Consulta las tendencias del 2020 - [España](#)

General

- 1 coronavirus
- 2 elecciones EEUU
- 3 classroom
- 4 la liga
- 5 Kobe Bryant

Recetas

- 1 pan casero
- 2 masa madre
- 3 churros
- 4 levadura fresca
- 5 donuts caseros

Educación

- 1 Classroom
- 2 Aules
- 3 Liveworksheets
- 4 Snappet
- 5 educamosclm



Herramientas

Think with Google

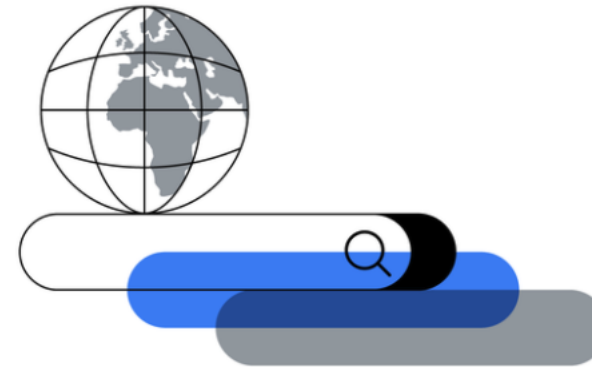
Insights, ideas e inspiración

Lleva tu marketing a otro nivel con Think with Google

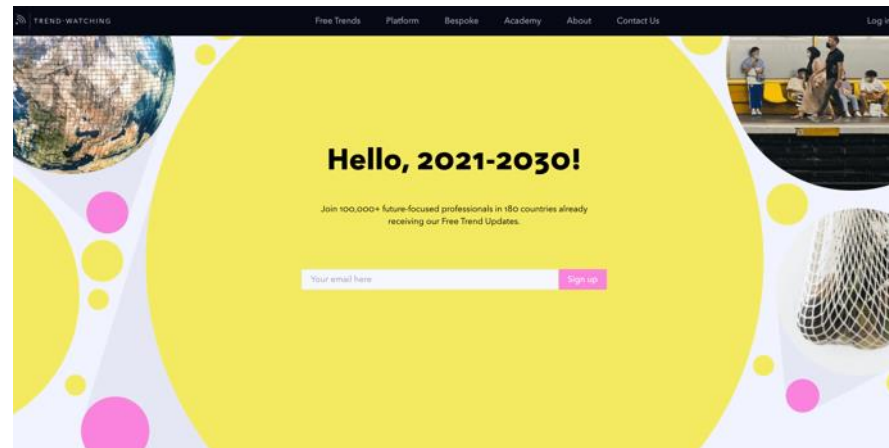
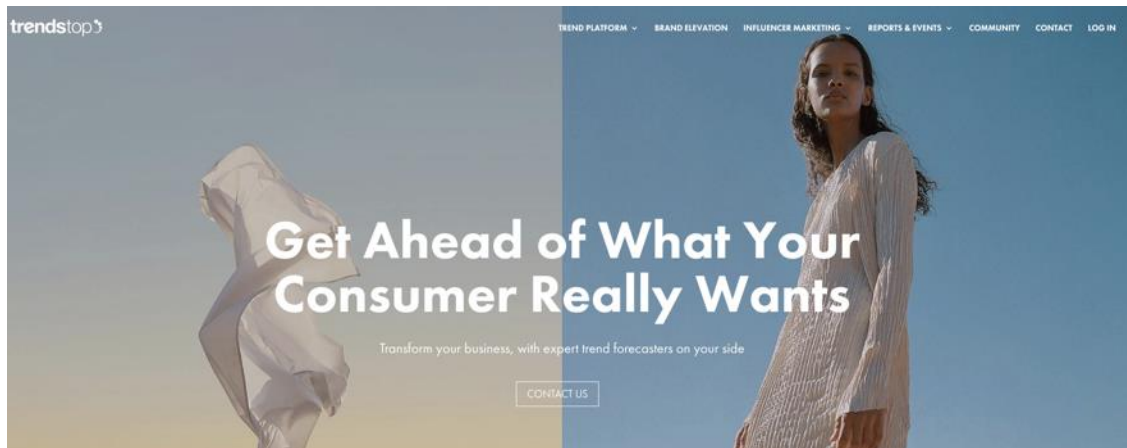
DESTACADO DEL MES

Asentando comportamientos: qué indican las tendencias de búsqueda sobre los cambios en los hábitos de los consumidores

¿Qué cambios en los hábitos de los consumidores serán permanentes tras la pandemia? Descubre tres hábitos emergentes de los clientes para tener en cuenta a la hora de hacer tu estrategia de negocio.

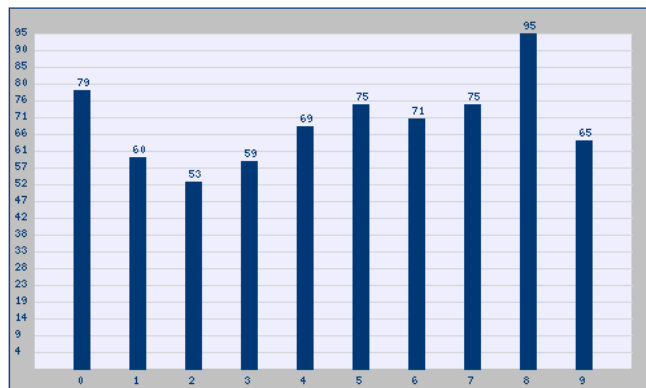


Herramientas

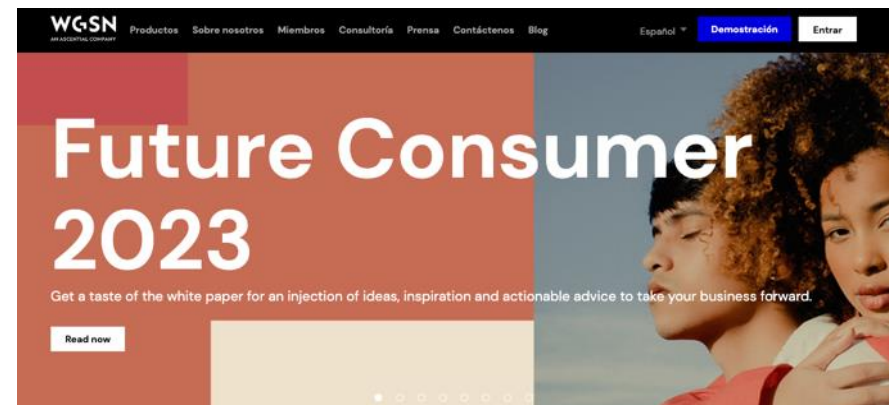


Trendinalia España

#	Trending Topic	Duración
1	Derek Chauvin	09:55
2	George Floyd	09:55
3	Inglatera	09:55
4	Laporta	09:55
5	Premier	09:35
6	Qatar	09:20
7	Oriana	09:05
8	Rallo	09:05



Trending Topics de España en lo que va del miércoles 21



Herramientas

KICKSTARTER

Arte Cómics & ilustración Diseño & tecnología Cine Comida & creaciones Juegos Música Publicaciones

PROYECTO DESTACADO



The uKeg TWIST Hard Seltzer Maker

Enjoy your own tasty hard seltzer creations at-home or on the go.

Por GrowlerWerks

RECOMENDACIONES



Portraits for the Future: A Celebration of...

35 % financiado

Por SERPENTINE GALLERIES



Wild BULBING* - Colourful, Portable Lamps,...

1.852 % financiado

Por Studio Cheha



*classics...but make it gay"

550 % financiado

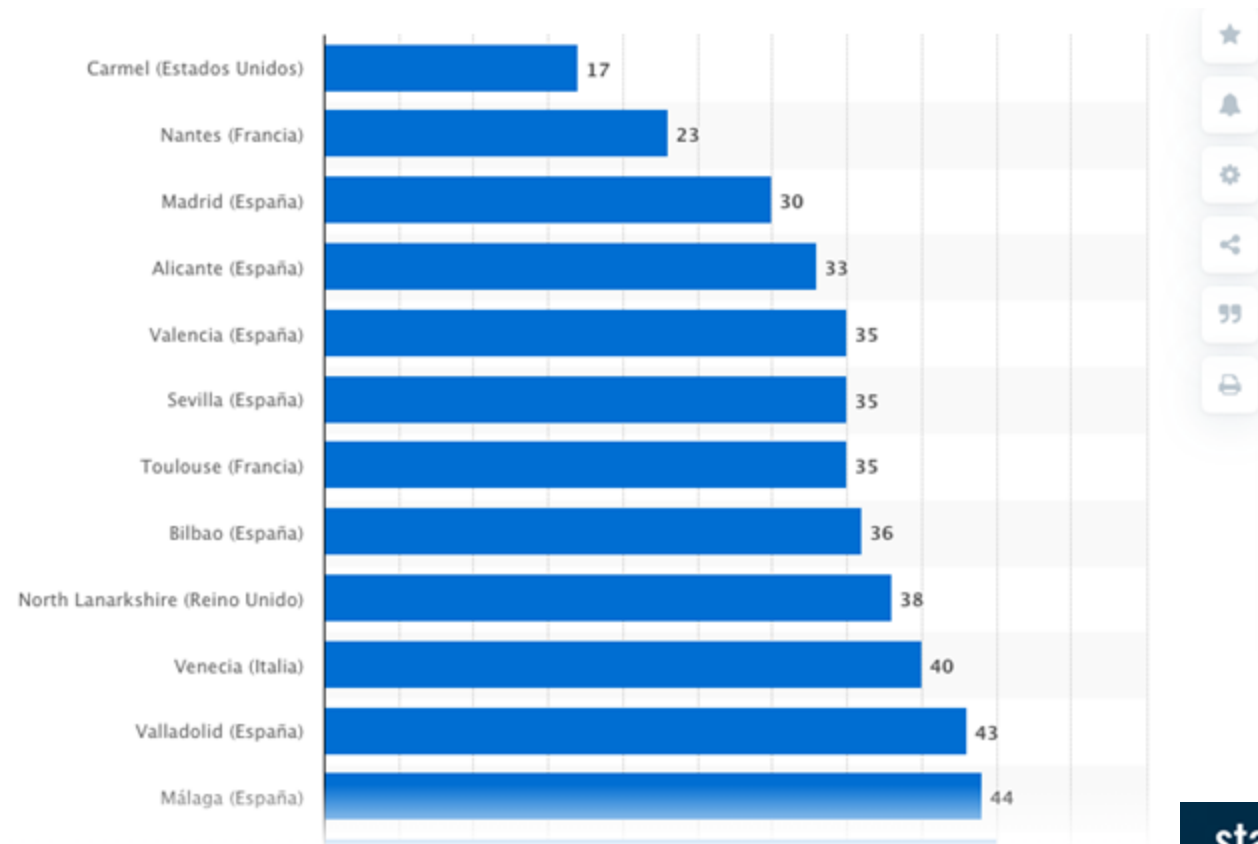
Por Lady Tarot Cards



< 1 2 3 >

Herramientas

Ranking de ciudades con más presencia de rotondas del mundo en 2020



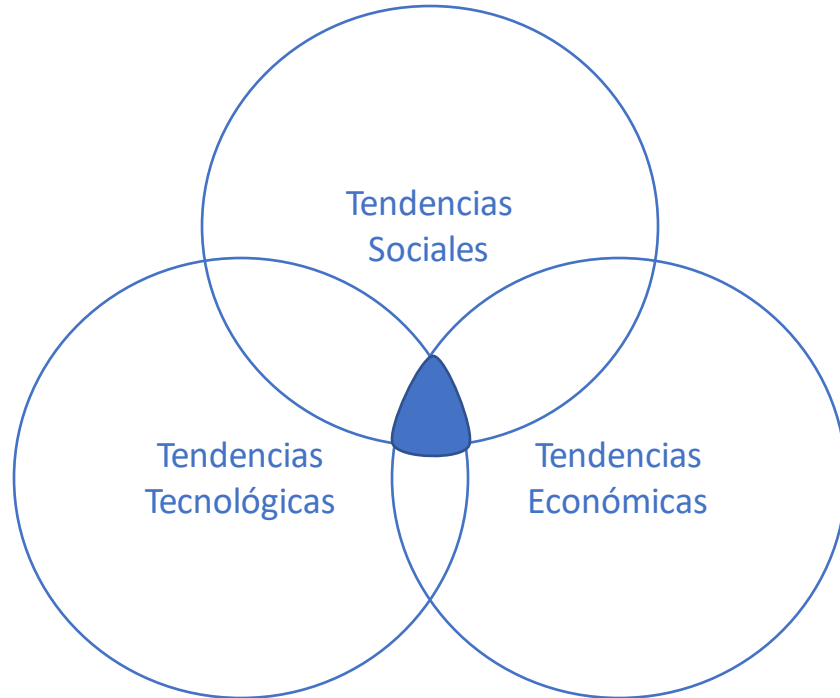
Herramientas



Todo Visual



Tendencias Clave



Tracción/Comprender el mercado

CUESTIONARIO TENDENCIAS CLAVE (instrucciones)

Tendencias clave

Vamos a cumplimentar el cuestionario sobre las *Tendencias Clave* del entorno para contextualizar nuestro proyecto

TENDENCIAS TECNOLÓGICAS	TENDENCIAS NORMALIZADORAS	TENDENCIAS SOCIO CULTURALES	TENDENCIAS SOCIO ECONÓMICAS
Identificamos las tendencias tecnológicas que pueden: <ul style="list-style-type: none"> • Poner en peligro nuestro modelo de negocio • Mejorarlo sustancialmente. 	Describimos las normas y tendencias regulatorias que afectan a nuestro modelo de negocio	Describimos cuáles son las principales tendencias sociales y culturales que afectan a nuestro modelo de negocio	Describimos cuáles son las principales tendencias socioeconómicas que afectan a nuestro modelo de negocio
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las principales tendencias tecnológicas alrededor de nuestro mercado? • ¿Qué tecnologías presentan oportunidades o amenazas importantes para nuestro modelo de negocio? • ¿Qué nuevas tecnologías están usando nuestros clientes? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tendencias de normalización afectan a nuestro mercado? • ¿Qué normas (regulación) afecta o puede afectar a nuestro mercado (tendencias regulatorias, Directivas, etc.)? • ¿Qué normativas afectan a la demanda? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué cambios en los valores socioculturales afectan a nuestro modelo de negocio? • ¿Qué tendencias pueden influir en el comportamiento de los clientes? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las principales tendencias demográficas?

Vamos a poner en esta columna las respuestas a las preguntas que aparecen en las columnas anteriores. A veces, hacemos esto con post-its. La clave es que tengamos las respuestas organizadas y ordenadas para poder trabajar más fácilmente con ellas.

Tracción/Comprender el mercado

CUESTIONARIO FUERZAS DEL MERCADO (instrucciones)

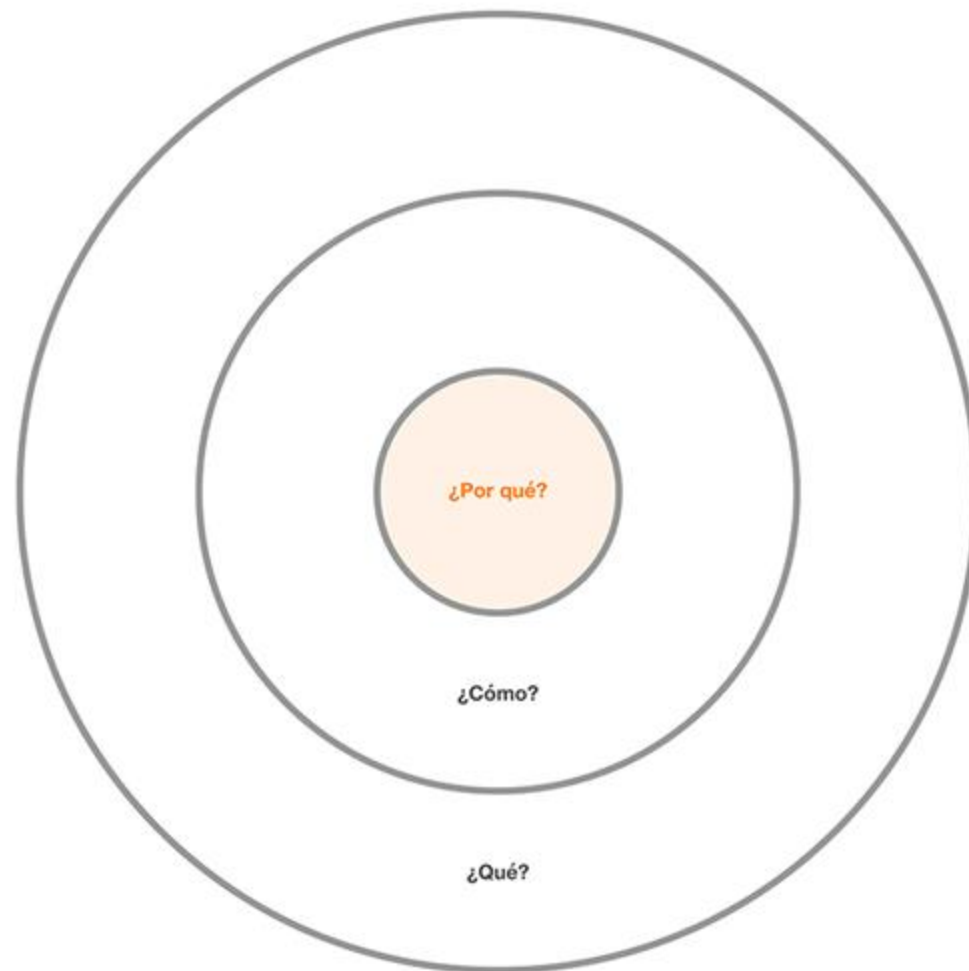
Fuerzas del mercado

Vamos a cumplimentar el cuestionario sobre las *Fuerzas del Mercado* del entorno para contextualizar nuestro proyecto

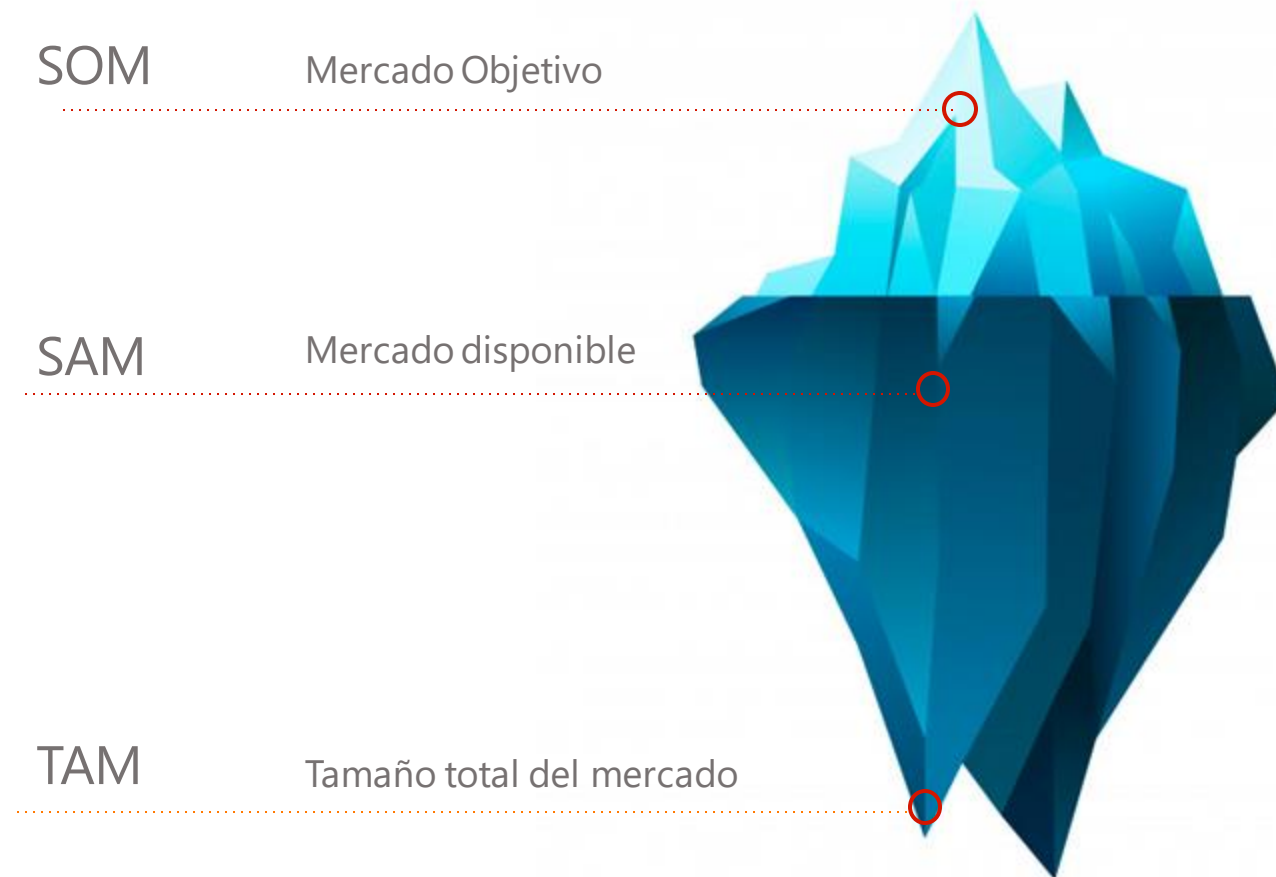
CUESTIONES DE MERCADO	SEGMENTOS DE MERCADO	NECESIDADES Y DEMANDAS	COSTES DE CAMBIO	CAPACIDAD GENERADORA DE INGRESOS
Identificamos los aspectos que impulsan o transforman el mercado desde el punto de vista del cliente y la oferta	Identificamos con detalle los diferentes segmentos de mercado, sus motivaciones, limitaciones y relaciones	Identificamos las necesidades del mercado y el grado en el que la oferta actual las atiende	Describimos los elementos relacionados con el cambio de los clientes a la competencia	Identificamos los elementos relacionados con la capacidad de generación de ingresos y la fijación de los precios
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Hacia dónde va el mercado? • ¿Cuáles son las cuestiones que tienen más impacto en los clientes? • ¿Qué cambios se están produciendo? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los segmentos de mercado más importantes? • ¿Qué segmentos tienen mayor potencial de crecimiento? • ¿Qué segmentos están decayendo? • ¿A qué segmentos deberíamos prestar más atención? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué necesitan los clientes? • ¿Cuáles son sus necesidades menos atendidas? • ¿Dónde está creciendo y decayendo la demanda? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué vincula a los clientes con nuestra empresa y su oferta? • ¿Cuáles son los costes de cambio? • ¿Los clientes tienen a su alcance ofertas similares? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué están dispuestos a pagar los clientes? • ¿Dónde podemos conseguir un mayor margen de beneficio?

Vamos a poner en esta columna las respuestas a las preguntas que aparecen en las columnas anteriores. A veces, hacemos esto con post-its. La clave es que tengamos las respuestas organizadas y ordenadas para poder trabajar más fácilmente con ellas.

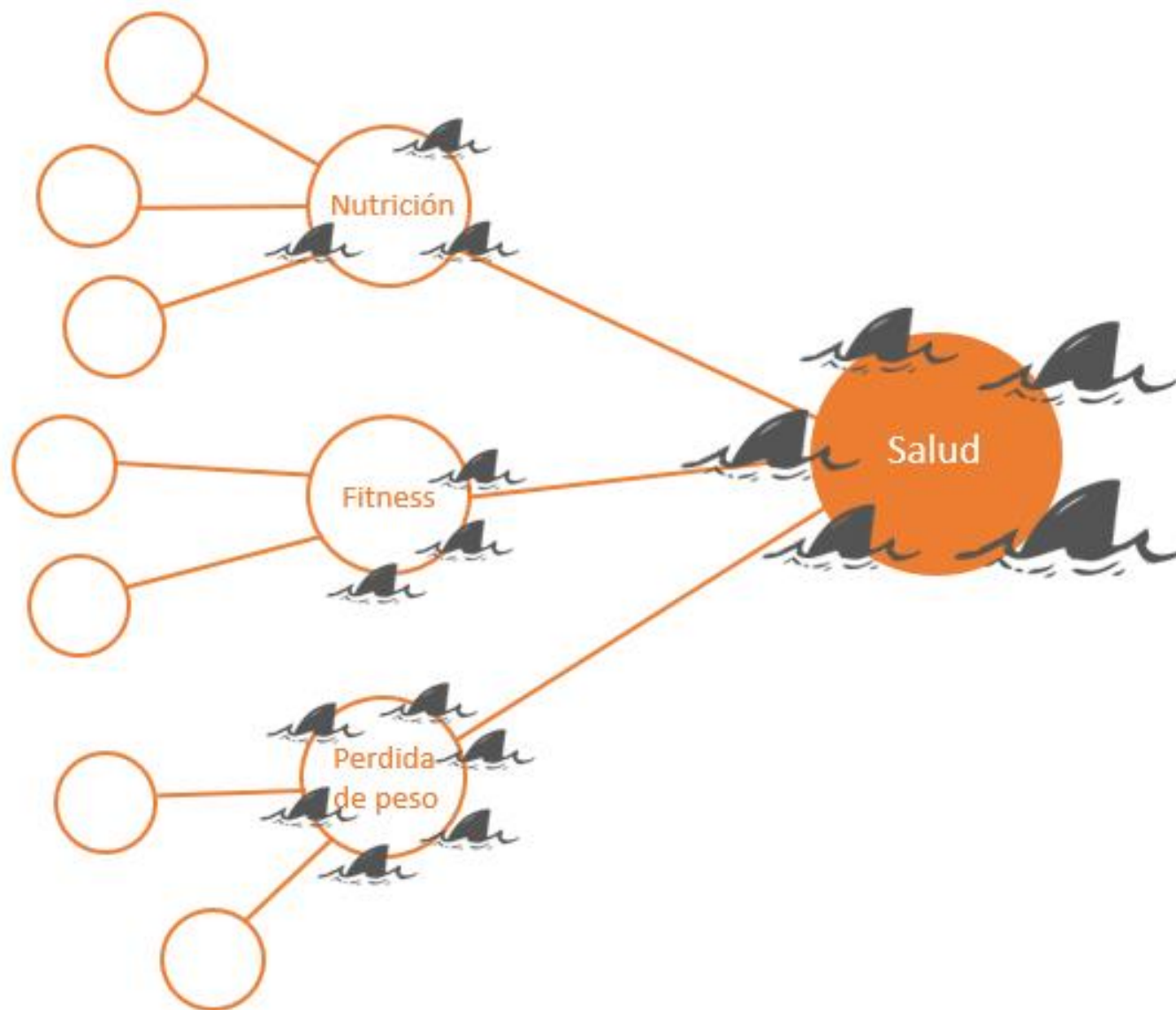
Challenge. El Por Qué.



Tamaño de mercado



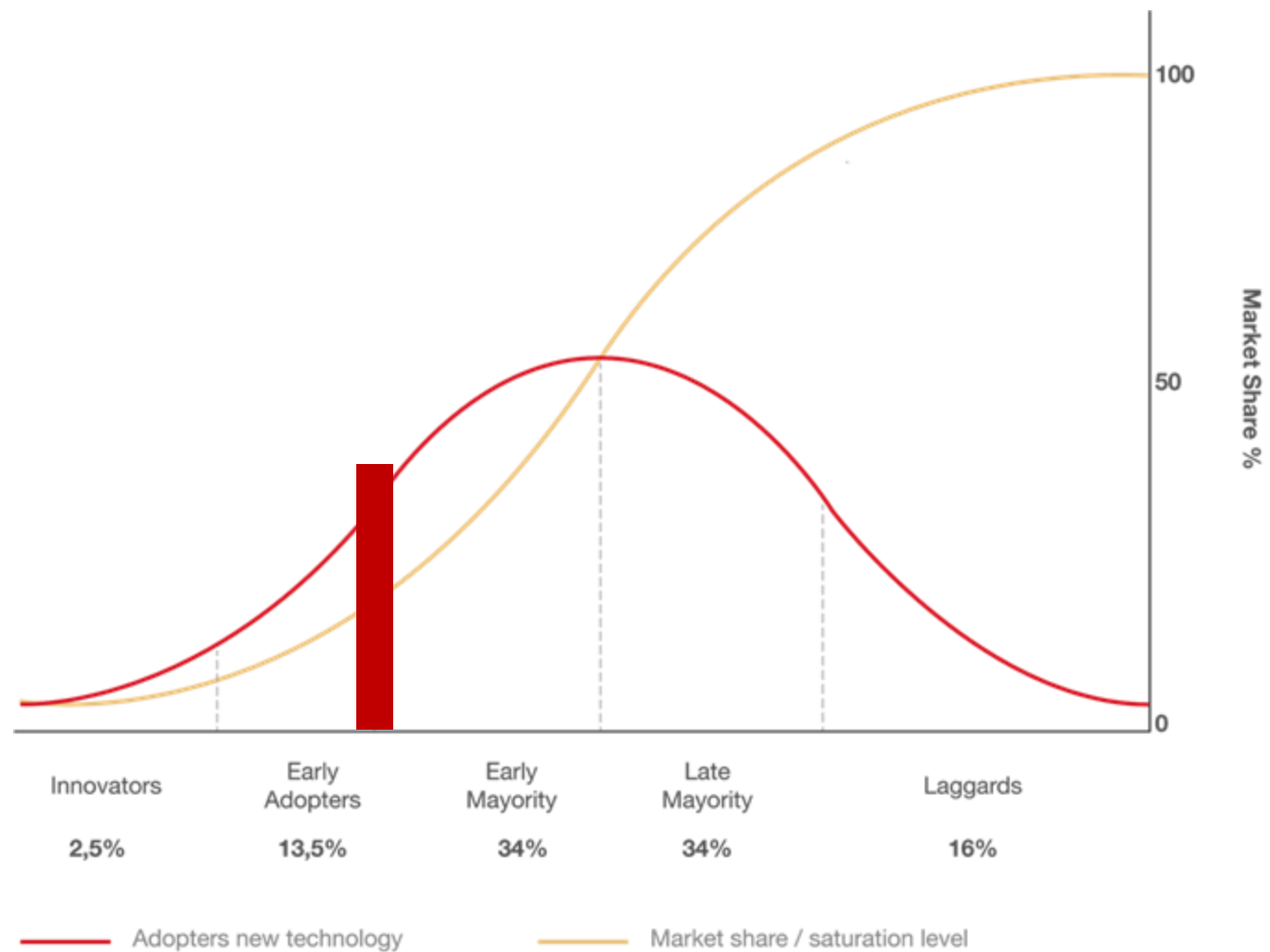
Nichos



A wooden toy ship with three masts and colorful sails (blue, red, and white with stripes) is positioned on a sandy beach. The ship is tilted slightly to the right. In the background, the ocean waves are visible, creating a sense of movement and depth. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

¿Dónde estoy y dónde quiero llegar?

Todo el mundo no es nuestro cliente.



Herramientas BIK.

DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA.

¿Qué es?
Es un ejercicio que consiste en el análisis del estado de una industria en tiempo presente y de manera visual. Su origen se encuentra en el Análisis Porter de las cinco fuerzas, un modelo estratégico elaborado por el ingeniero y profesor Michael Porter de la Harvard Business School en 1979.

¿Cómo se hace?
Mediante un diagrama se evalúa el impacto de las 5 fuerzas clave de la industria:

- 1. Competidores
- 2. Participantes
- 3. Clientes/compradores
- 4. Ofertas Sustitutivas
- 5. Proveedores

Objetivo
Visualizar nuestra posición en el mercado, así como posibles ámbitos de actuación futura, nuevos roles de organización, oportunidades y/o amenazas.

Financiado y cofinanciado por los Servicios FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER 2014-2020 de la Comunidad Valenciana (2014-2020)

| Copyright © 2017 Pensadores de Ideas S.L. y / o sus afiliados. Todos los derechos reservados

BENCHMARKING.

SUJETO REFERENCIA	SUJETO 1	SUJETO 2	SUJETO 3	SUJETO 4	SUJETO 5
COMPARATIVA 1					
COMPARATIVA 2					
COMPARATIVA 3					

¿Qué es?
Se trata de un análisis comparativo de nuestros competidores a través de parámetros que sirven para llevar a cabo una evaluación de, por ejemplo, productos, modelos de negocio o servicios.

¿Cómo se hace?
Para realizar el ejercicio con éxito, debemos tener en cuenta lo siguiente:

- Definición de objetivos: ser concretos para obtener información específica sobre nuestra competencia.
- Identificación de competidores: la comparación se concentra en 2, 3 o máximo 4 competidores.
- Definición de criterios: establecemos variables y escalas de valor con el fin de guiarnos de información cualitativa.
- Análisis de competencia/Análisis propio: se elabora un informe narrando los datos cualitativos encontrados.

Objetivo
Conocer cuáles son las mejores prácticas y las tendencias del mercado.

Financiado y cofinanciado por los Servicios FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER 2014-2020 de la Comunidad Valenciana (2014-2020)

| Copyright © 2017 Pensadores de Ideas S.L. y / o sus afiliados. Todos los derechos reservados

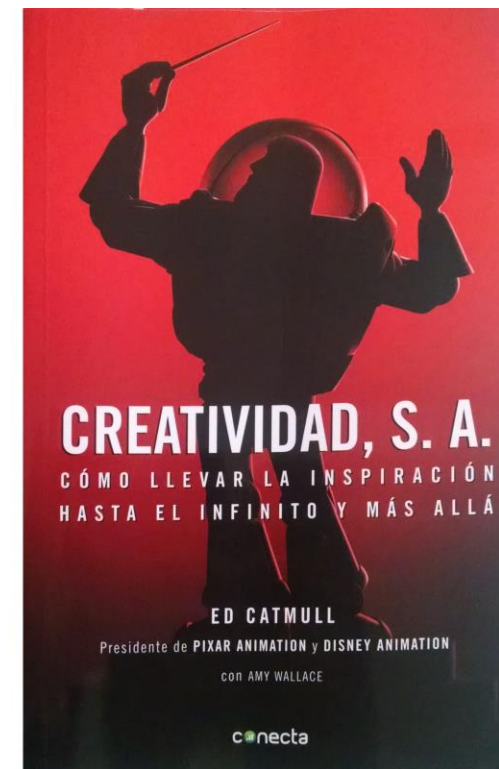
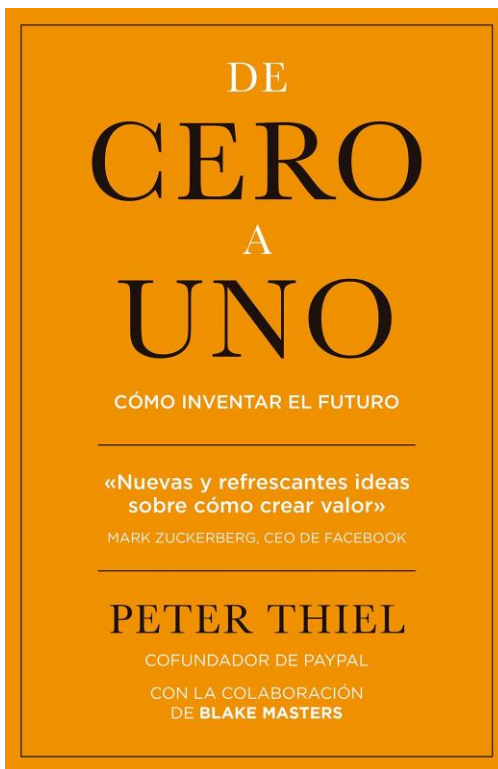
www.bikceei.com

Acceso a las herramientas BIK.



Google

CEEI ELCHE



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
VEU

IVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

CEEI
COMUNITAT
VALENCIANA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

¿DUDAS?

¿PREGUNTAS?

jsalas@ceei-elche.com

jaimesalaspavon.com



 **BIK**

ROCKET 