

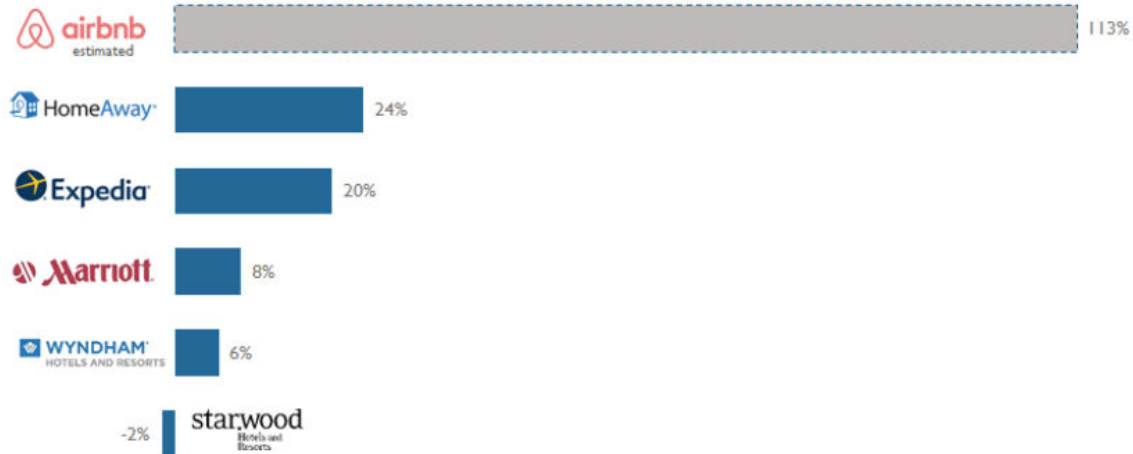


**LA ESTRATEGIA ES TODO
EN EL MUNDO DE LOS
NEGOCIOS**



¿CÓMO ESTÁN CAMBIANDO LAS INDUSTRIAS?

AirBnB vs. Public Competitors: Revenue Growth
2014 vs. 2015



*AirBnB revenue calculated as 2014 vs. 2015 projected

**Public competitor revenue calculated as Q1 2015 TTM vs Q1 2014 TTM



www.cbinsights.com

Amazon...



**Las únicas ventajas
competitivas posibles
son la **MARCA** y la capacidad
de ser **ágiles y
flexibles** para capitalizar
Nuevas **OPORTUNIDADES**
desde la **ESTRATEGIA****

ESTRATEGIA ÁGIL Y FLEXIBLE

¿QUÉ ES? Estrategia

Se define por las siguientes tres preguntas:
DÓNDE COMPETIR (Oportunidad) **CON QUÉ COMPETIR** (Propuesta de valor) y **CÓMO COMPETIR** (modelo de negocio) para que una organización sea rentable, escalable y sostenible.

BENEFICIOS ESTRATEGIA

- 1 Permite conocer mejor la realidad de la organización.
- 2 Permite identificar los cambios y desarrollar que se puede esperar.
- 3 Permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y amenazas.
- 4 Permite preparar al futuro, aunque sea impredecible.
- 5 Permite enfocar la misión de la organización y orientar de manera efectiva su rumbo.
- 6 Permite mejorar el manejo de recursos.
- 7 Permite mantener un enfoque sistémico.
- 8 Permite medir el impacto futuro de las decisiones estratégicas que se toma hoy.

METODOLOGÍA

La metodología de trabajo de nuestro staff de profesionales está basada en entender el concepto de marca y comprender la habilidad de la compañía de aprovechar las oportunidades, enfocándose en trabajar el tema desde tres diferentes perspectivas para tener una visión sistémica de la realidad de la organización y su entorno y con base en ella proponer opciones estratégicas y tomar decisiones.

Las tres perspectivas son:

1. La marca, su identidad y su propósito.
2. La estrategia actual y su modelo de negocio.
3. Los cambios en el entorno y las oportunidades.

Esta propuesta esta diseñada para realizarse en 3 meses de trabajo aproximadamente.

ALCANCE

1. Autodiagnóstico

- Formar a los participantes de las empresas en el proceso de autodiagnóstico de la estrategia.

2. Crear- Crecer - Cambiar

- Identificar las tendencias y cambios de preferencias de los clientes de las empresas participantes que servirán de base para la futura estrategia.

3. Validación de hipótesis

- Diseñar un plan de experimentos / validaciones de las hipótesis de la estrategia y su modelo de negocio con análisis previo de los recursos necesarios para llevar a cabo el mismo.

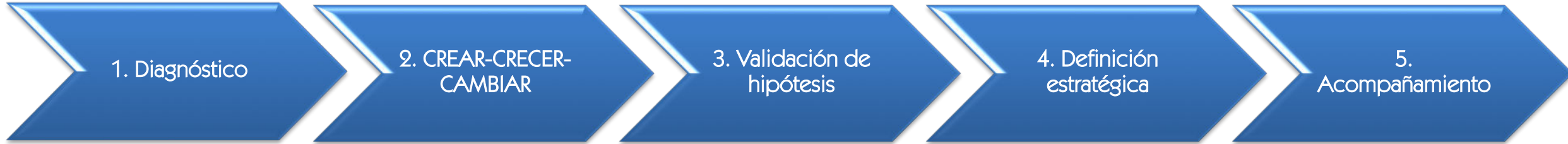
4. Nuevo camino estratégico

- Definir los objetivos estratégicos de la organización, plazos, presupuestos y responsables.

5. Acompañamiento

Sesiones de acompañamiento para asegurar la implementación adecuada de la nueva estrategia.

PLAN DE TRABAJO



- Sesión inicial para socialización de la metodología.
- Trabajo por dos semanas por parte de la empresa en su autodiagnóstico de marca y estrategia.

- Sesión para analizar los resultados del autodiagnóstico y enfocar el proceso de estrategia de la marca en las opciones de CREAR-CRECER-CAMBIAR y definir el plan de investigación del entorno, competencia y oportunidades por cambios en preferencias de consumidores.

- Módulo de asesoría después del inicio del proceso de investigación.
- Sesión para analizar resultados obtenidos de la investigación y definir tareas asociadas a los cambios y experimentos a realizar.

- Sesión final para ajustar objetivos y dejar una definición final de propósito de la marca, mapa estratégico, objetivos y resultados clave y plan de ejecución con presupuesto, responsables de actividades clave y mediciones de las mismas.

- Sesión de seguimiento en los siguientes dos meses para evaluar la ejecución de la estrategia y analizar/proponer potenciales ajustes.

CONSULTORES

Esteban Mancuso

- MBA del Instituto de Empresa
- Babson SEE program 2009 - Banco Santander fellow.
- Co-fundador de la firma de inversiones Velum Ventures SAS..
- Co-fundador de la firma de consultoría The Real Value.
- Co-diseñador de la metodología LeanStrategy.
- Asesor de estrategia y emprendimiento corporativo en Suramericana, Bancolombia, ANDI, Corona, Emtelco, BanReservas, AmCham República Dominicana , Grupo Santa Lucía e Innpulsa Colombia entre otros clientes.
- Conferencista internacional en estrategia y financiación de startups.
- Experto en la aplicación práctica de la teoría de Jobs-to-be-Done

Ángela Rojas Vargas

- Filósofa de la Universidad Sergio Arboleda
- Candidata a Magister en Historia del Arte de la Universidad de Antioquia
- Diplomada en Branding de la Universidad EAFIT
- Co-fundadora de The Real Value
- Co-diseñadora de la metodología LeanStrategy
- Conferencista internacional en temas de branding.
- Asesora en creación y gestión de marca en CEIPA, Corona, Emtelco, AmCham República Dominicana, Vozy, Eventtia, IData y CVN entre otros clientes.
- Experta en la aplicación práctica de la teoría de Jobs-to-be-Done.

CLIENTES



Ceiba
software



GRACIAS