

ACTIVIDADES CLAVE

-Las actividades clave de nuestra empresa para conseguir que su modelo de negocio son:

- **Producción:**
 - **Selección de producto y diseño:** Lo primero que se debe hacer es elegir un producto concreto (propuesta de valor) y un diseño adecuado (actividad clave). Esta combinación es la que puede llevarte al éxito.
 - **Selección del proceso y capacidad de producción:** Esta tarea determinará qué procesos se llevarán a cabo, desde las máquinas a la tecnología necesaria. Además, será importante conocer la demanda existente del producto y si tu equipo puede responder a ella o no.
 - **Planificación de la producción:** El responsable de producción es el encargado de crear un proceso adecuado que culmine con la creación del producto. Este flujo de trabajo debe ser fluido y con las especificaciones de tiempo necesarias para que toda la maquinaria funcione de la mejor manera.
 - **Control de la producción:** También es importante supervisar todo el proceso de trabajo, comparando la producción que se esperaba en la planificación y la que se está consiguiendo. Las correcciones 'sobre el terreno' pueden ayudarte a ahorrar muchos recursos.
 - **Control de inventario:** Por último, conocer el inventario tanto de tu producto como de las materias primas necesarias es esencial. Un excedente o una escasez de uno u otro puede suponer un grave problema.

- **Investigación de Desarrollo:**
 - **Investigación de posibles productos:** Antes de trabajar en la confección de un nuevo producto, deben explorarse las diferentes vías en función de la demanda de los clientes, los tiempos de producción o los recursos necesarios.

 - **Desarrollo de productos investigados:** La fase previa de investigación conduce, ineludiblemente, al desarrollo de estos productos y a la constatación de que las hipótesis eran correctas.

 - **Modificaciones de productos actuales:** El departamento de Investigación y Desarrollo también se encarga de comprobar si hay productos que necesiten una actualización. Esto puede darse por un cambio en las necesidades de los consumidores o por haber alcanzado un nicho diferente al original.

 - **Controles de calidad:** Dentro del departamento hay un amplio conocimiento de los productos, por lo que es una forma fantástica de comprobar si se cumplen las normativas establecidas y los estándares elegidos.

 - **Innovación:** Por último, el equipo de I+D tendrá que conocer las tendencias dentro de la industria y los últimos avances técnicos, para tratar de encontrar una oportunidad para la empresa.

- **Marketing:**

El departamento de marketing debe trabajar en el crecimiento de la empresa, dándola a conocer y mostrando la propuesta de valor a los clientes. Algunas de sus actividades clave serán:

1. **Estrategia de marketing:** Los máximos responsables de esta área deben trabajar en los objetivos generales a nivel de comercialización, así como en las actividades a llevar a cabo.
2. **Investigación de mercado:** Es importante conocer el mercado en el que trabajas, descubriendo los puntos fuertes y débiles de tu producto y la posible competencia que atraiga a tus clientes.
3. **Comunicaciones:** Una de las actividades clave más visibles de este departamento es todo tipo de mensajes que se lanzan al exterior en relación con el producto o la marca. Cada uno de ellos debe adecuarse al canal en el que se reproducen.
4. **Eventos:** Otra forma excelente de comunicar es a través de eventos como exposiciones, seminarios o presentaciones de nuevos productos. Se trata de un momento ideal para invitar a clientes potenciales y relevantes.
5. **Apoyo a las ventas:** Los departamentos de ventas y marketing deben estar en constante comunicación, ya que este último debe proveer de leads y material de promoción al equipo comercial.

- **Ventas y Servicios al Cliente**

Mantener un contacto más estrecho con el cliente y algunas de sus funciones:

1. **Solución de problemas:** Quienes trabajen en el departamento de Atención al Cliente deben lidiar con las quejas y problemas de los usuarios. Su misión será ofrecerles una solución de acuerdo a las directrices de la empresa, o recabar toda la información posible para dirigir la queja al departamento adecuado.
2. **Desarrollo de ventas:** El contacto con el cliente te permite mostrar de la mejor manera la propuesta de valor que se le ofrece, incluso utilizar técnicas como el upselling o el cross-selling para mejorar los beneficios.
3. **Administración y gestión:** En muchas ocasiones, los trabajadores de este departamento tendrán que completar tareas de oficina que tengan como eje central la información del cliente.

Este proyecto se ha realizado por las siguientes personas:

Naroa Belisón, Arene Pasquier, Alima Diouani, Iliá Artiñano.