

## **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.