

Empoderar al comerciante ante la digitalización de su comercio

Emilio del Prado

Cátedra de Innovación para el Comercio

7 de Junio de 2023

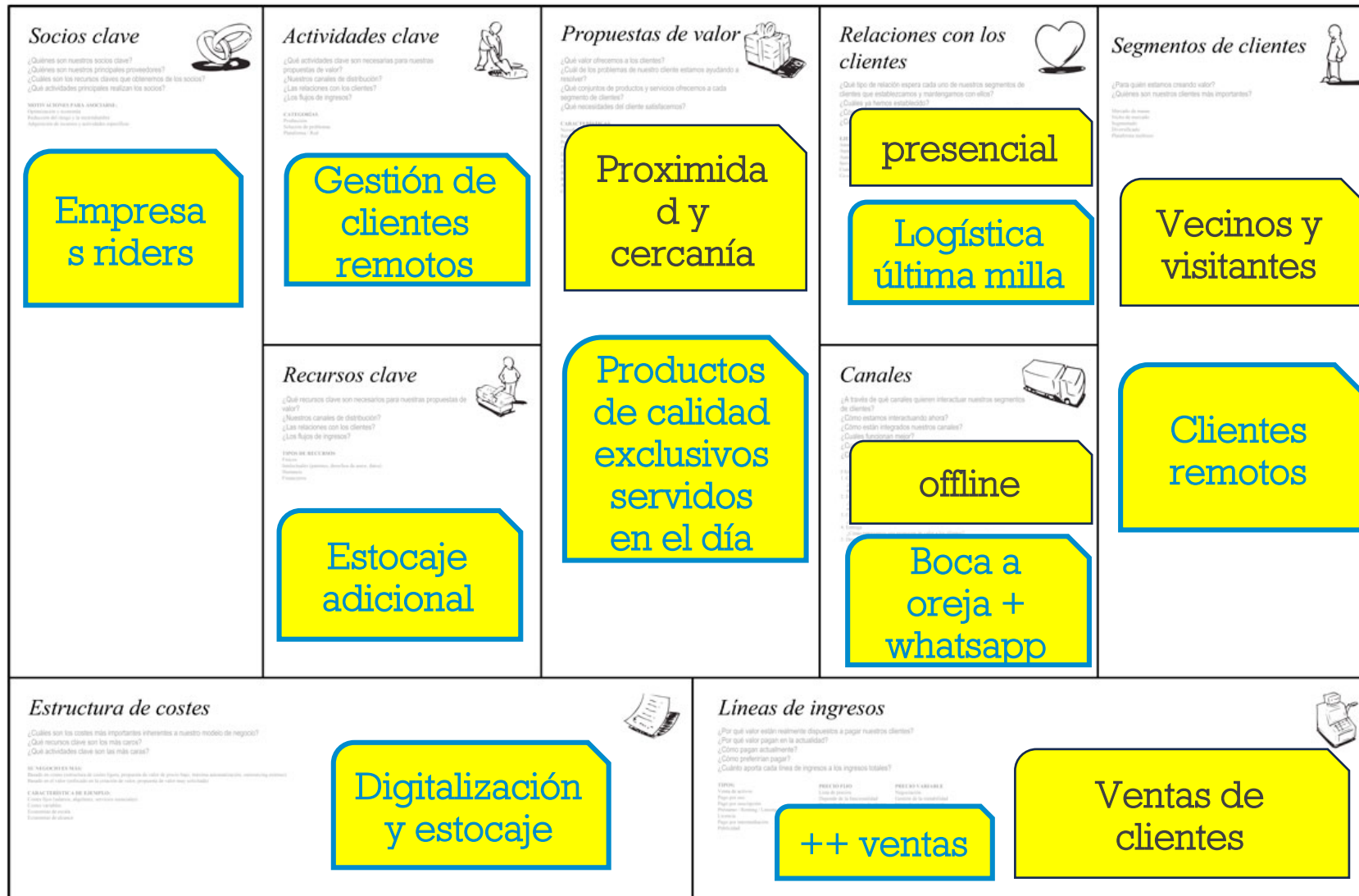




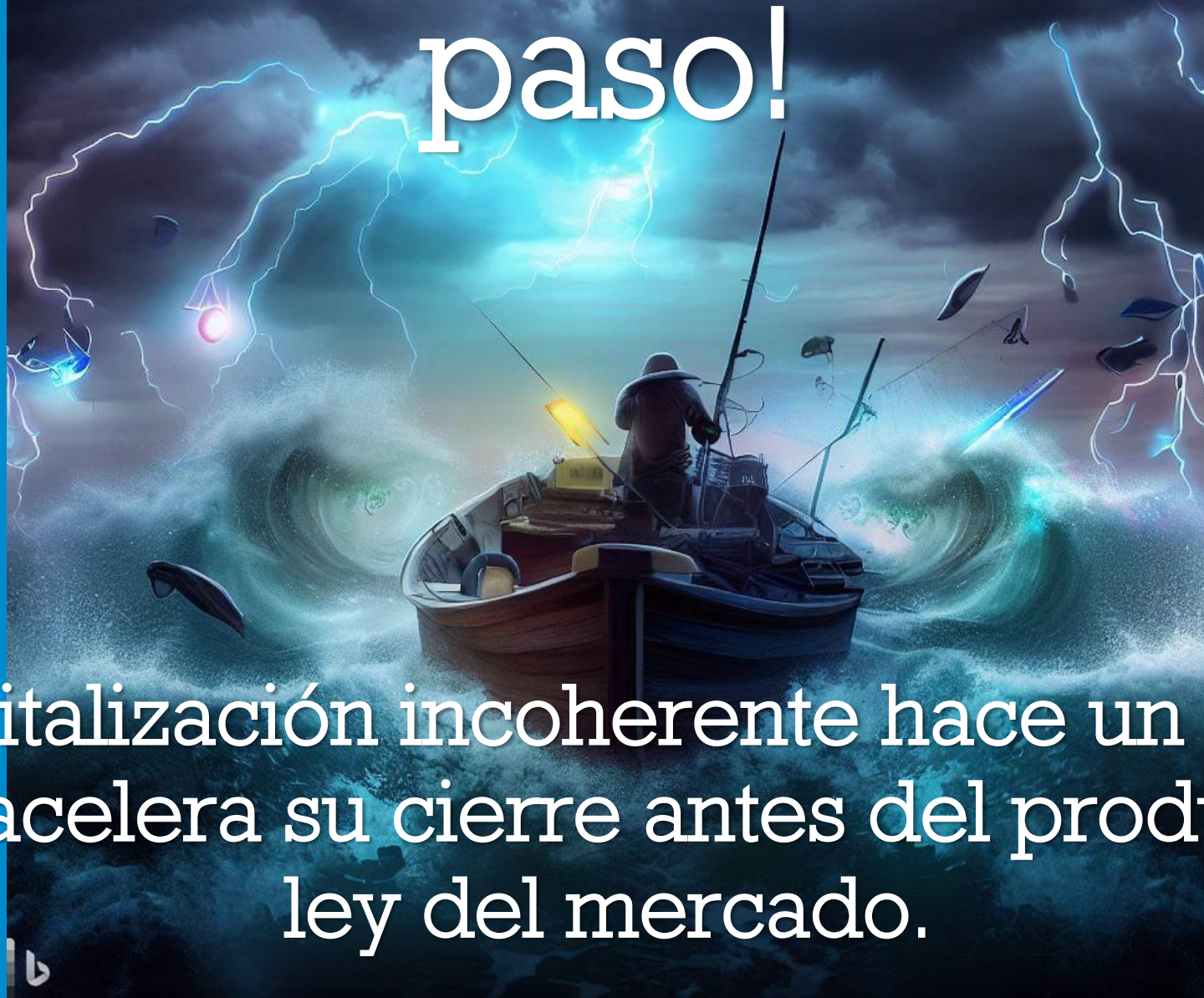


EJEMPLO - Pequeño comercio local B2C

The Business Model Canvas



¡La digitalización es el último paso!



Una digitalización incoherente hace un negocio inviable, y acelera su cierre antes del producido por la ley del mercado.

¿Cómo decidimos que hacer?

Lápiz y papel

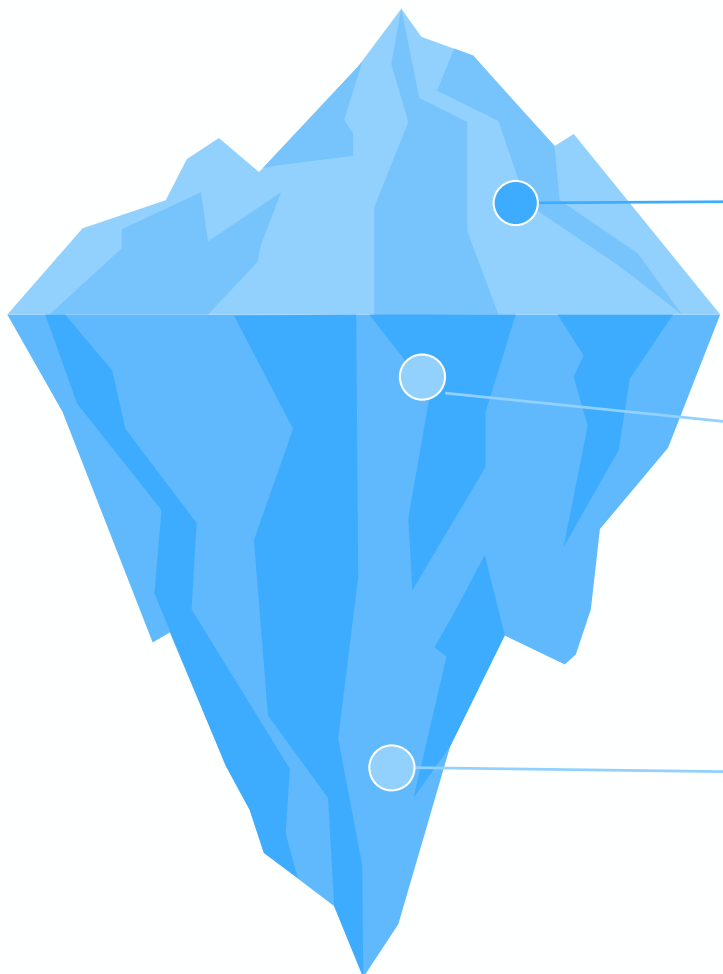
30 minutos sobre el canvas

Sin cantos de sirenas de subvenciones y consultores

Intentemos mantener o hacer subir nuestro SOM,
manteniendo o subiendo nuestros márgenes.

Un apunte sobre el mercado

Ejemplo para pequeño comercio local



SOM (Service Obtainable Market)

% del SAM que un comercio puede conseguir de forma realista con sus procesos actuales.

Ventas que ideal y realísticamente el negocio puede conseguir en su contexto actual.

SAM (Service Addressable Market)

Mercado real que un comercio puede atender con los productos y canales de venta actuales..

Compras que realizan todos los habitantes de la población + visitantes

TAM (Total Addressable Market)

Universo de mercado total potencial de un comercio para sus **productos**.

Total del mercado accesible según la regulación (por ejemplo, España o incluso UE)

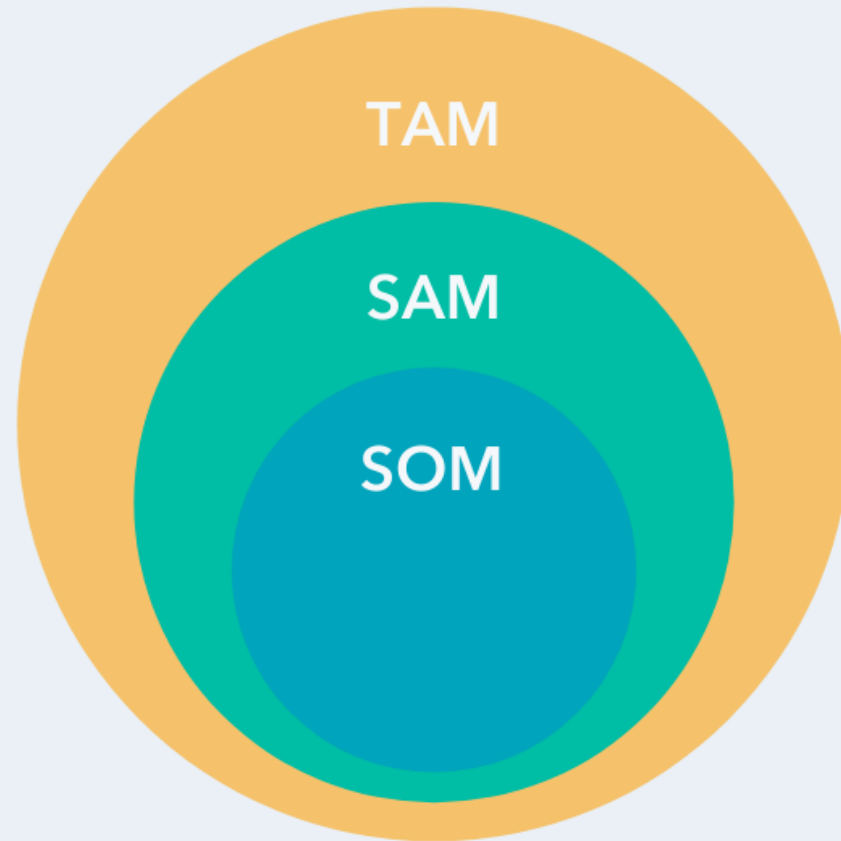
TAM SAM SOM

Total Addressable Market

Total market for your product.

Serviceable Obtainable Market

Percentage of SAM you can realistically capture.

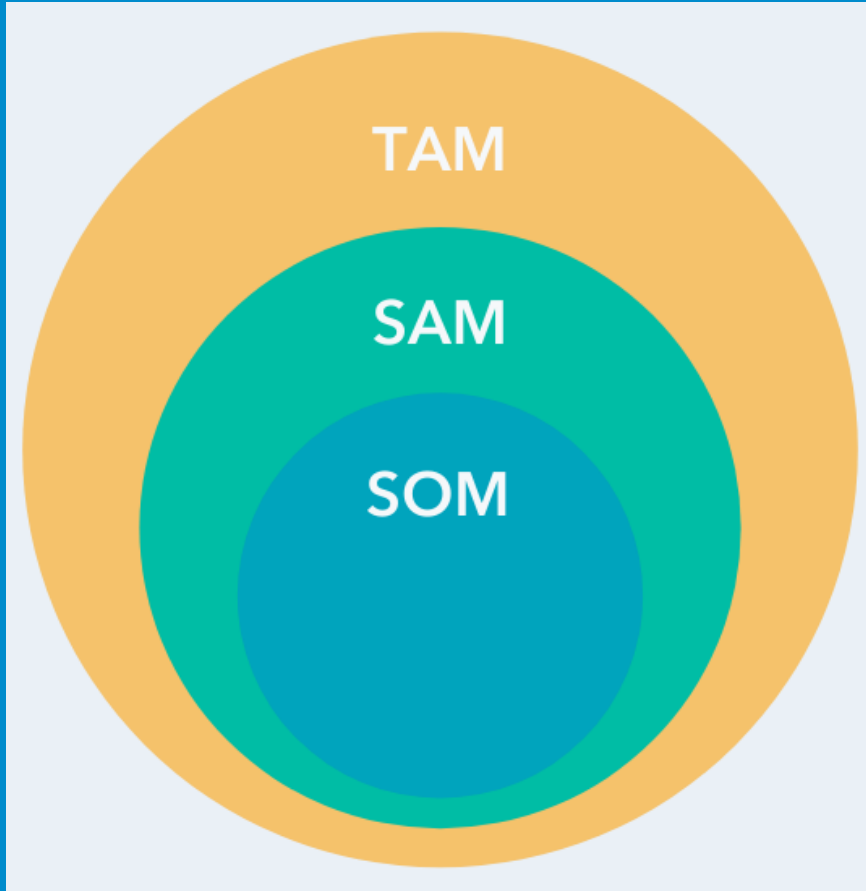


Serviceable Available Market

Portion of the market you can acquire based on your business model (your targets).



EJEMPLO 1 – Panadería en Valladolid



Panadería en Valladolid:

TAM: 1.300 M€ (*España)

SAM: 14 M€ (**Provincia)

SOM: 55K€ (***)

- Datos de Asemac
- ** Extrapolación por consumo medio por habitante
- *** Barrio de 20.000 hab. con 10 panaderías y cuota del 10%

Sobre el mercado

Ejemplo para pequeño comercio local

SOM (Service Obtainable Market)

% del SAM que un comercio puede conseguir de forma realista con sus procesos actuales.

Público que entra en el establecimiento y realiza una compra

SE PUEDE AUMENTAR OPTIMIZANDO EL MODELO DE NEGOCIO Y SUS PROCESOS ASOCIADOS

SAM (Service Addressable Market)

Mercado real que un comercio puede atender con los productos y canales de venta actuales..

Consumo de todos los habitantes de la población + visitantes

SE PUEDE AUMENTAR CON CAMBIOS EN CANALES DE VENTA

TAM (Total Addressable Market)

Universo de mercado total potencial de un comercio para sus productos..

Total del mercado accesible según la regulación (por ejemplo, España o incluso UE)

SE PUEDE AUMENTAR CON CAMBIOS PROFUNDOS EN LOS PRODUCTOS Y CANALES DE VENTA

¿Como mantener o hacer subir nuestro SOM, manteniendo o subiendo los márgenes?

Solo el comerciante tiene las respuestas y la motivación.

Si no las tiene, lo mejor es cerrar o vender el negocio

