





**¿Por qué alguien  
debería comprar tu  
producto y no  
el de tu competencia?**

Escribe algo...

 @manuelbodar

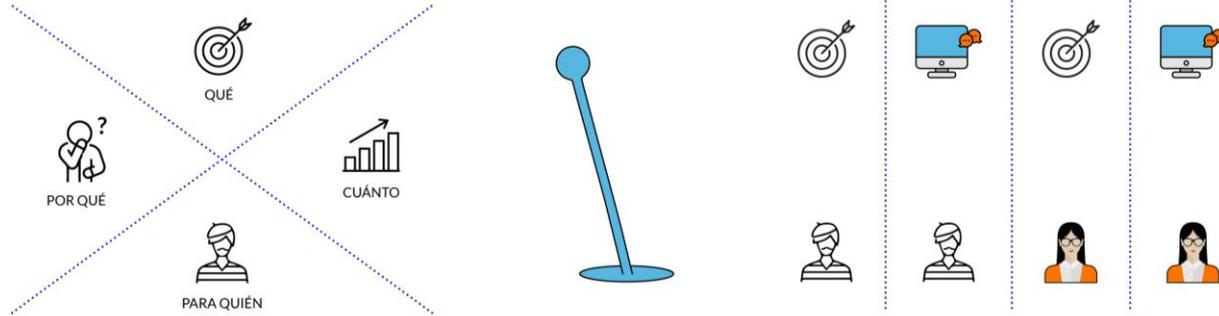
# MODELO PALANCAS

Adaptación & Transformación = Empresas Perdurables



PRESENTE

FUTURO





**iEco**  
PRESENTA

# MASTER EN NEGOCIOS

EL MBA QUE QUERÍAS HACER, EN 10 LIBROS.

Una colección de management para ejecutivos, empresarios y estudiantes. De altísimo valor académico y práctico, escrita por más de 100 prestigiosos profesores de las mejores escuelas de negocios de Argentina y el mundo, profesionales consagrados y reconocidos consultores.

**TOMO 1** 27. AGO  
**CAPITAL HUMANO**

**TOMO 2** 11. MAY  
**HABILIDADES GERENCIALES**

**TOMO 3** 20. MAY  
**CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**

**TOMO 4** 18. JUN  
**MARKETING TOTAL**

**TOMO 5** 22. JUN  
**FINANZAS**

**TOMO 6** 16. JUL  
**EMPRENDEDORES**

**TOMO 7** 120. JUL  
**ESTRATEGIA**

**TOMO 8** 1. AGO  
**IT Y OPERACIONES**

**TOMO 9** 17. AGO  
**GOBIERNO CORPORATIVO**

**TOMO 10** 7. SE. AGO  
**INVENTANDO EL FUTURO**

**TOMOS 2 AL 10**  
**\$1990**

**OFERTA LANZAMIENTO**  
A SOLO **\$990**

**CAPITAL HUMANO**

La función de recursos humanos: misión, evaluación y perspectivas.  
Diseñando una estrategia de recursos humanos.  
Subsección de laboro.  
Compensación y beneficios.  
Formación.  
La gestión del desempeño.  
Compensación (salario personal) y vida profesional.

**1** CAPITAL HUMANO  
**LAS PERSONAS SON LO MÁS IMPORTANTE, PERO, ¿QUIÉNES, CÓMO, CUÁNDO Y CUÁNTO?**

ClarínX iEco MATERIA BIZ

CONTENIDOS MATERIA BIZ EN TODOS LOS RÍOS, CADA 15 DÍAS

## PROGRAMA DE CAPACITACIÓN "MASTER EN NEGOCIOS 2010"

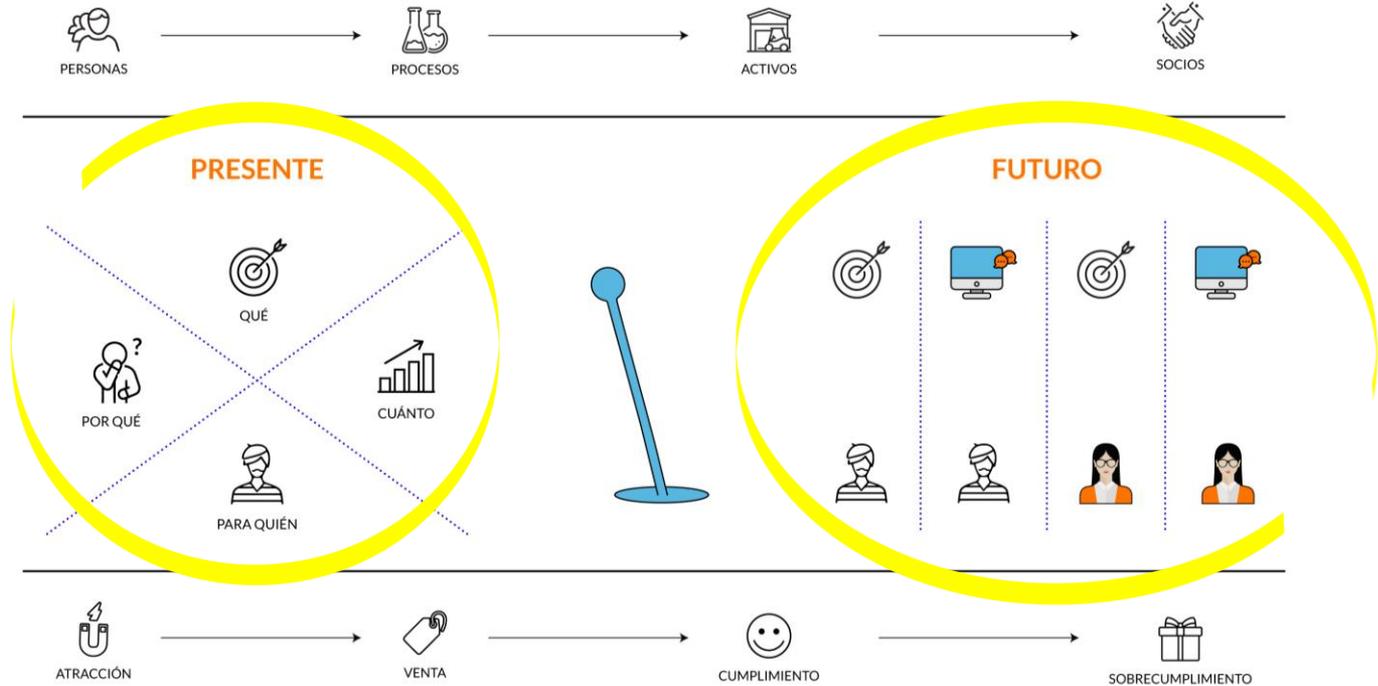
La posibilidad de profundizar los contenidos que leíste durante el 2009, con los profesores que los escribieron.

- ✓ **DIRIGIDO A:** empresarios, ejecutivos, emprendedores, estudiantes.
- ✓ **DURACIÓN:** 1 año, una vez al mes.
- ✓ **PROFESORES:** expertos directivos, prestigiosos académicos de las mejores escuelas de negocios de Argentina.
- ✓ **LUGAR:** 10 ciudades.
- ✓ **CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN.**

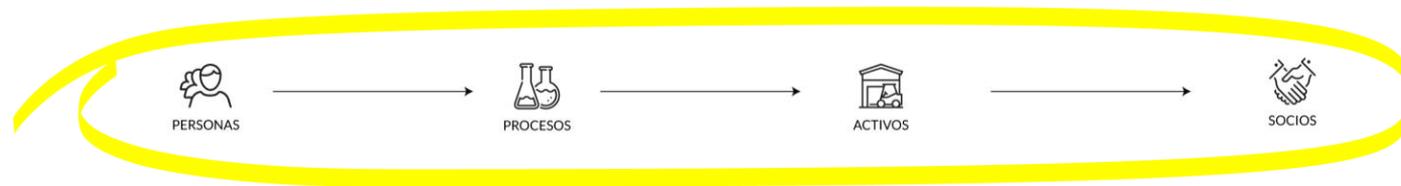
PARA MÁS INFORMACIÓN: [contacto@materiabiz.com](mailto:contacto@materiabiz.com)

# MODELO PALANCAS

MIENTRAS SE IMPLEMENTA UN MN, SE DESARROLLA UNO NUEVO

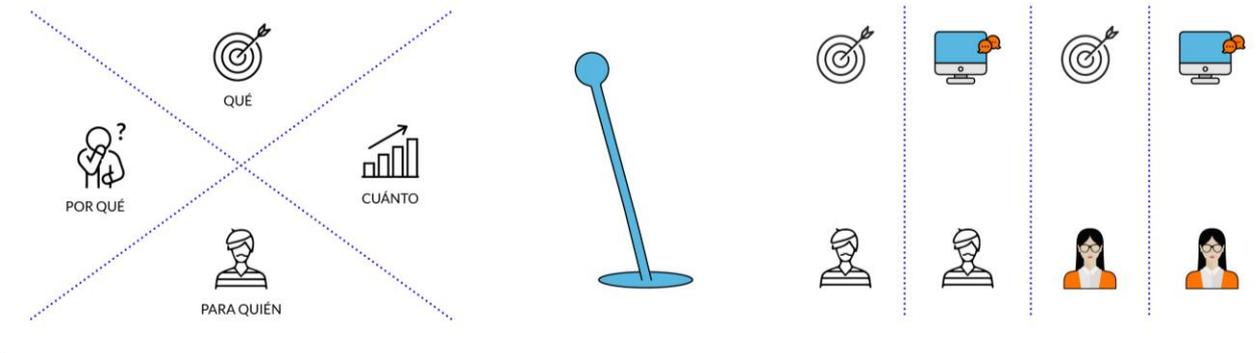


# MODELO PALANCAS



PRESENTE

FUTURO



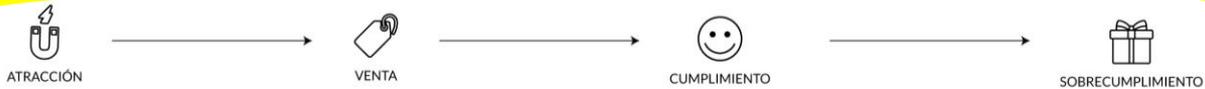
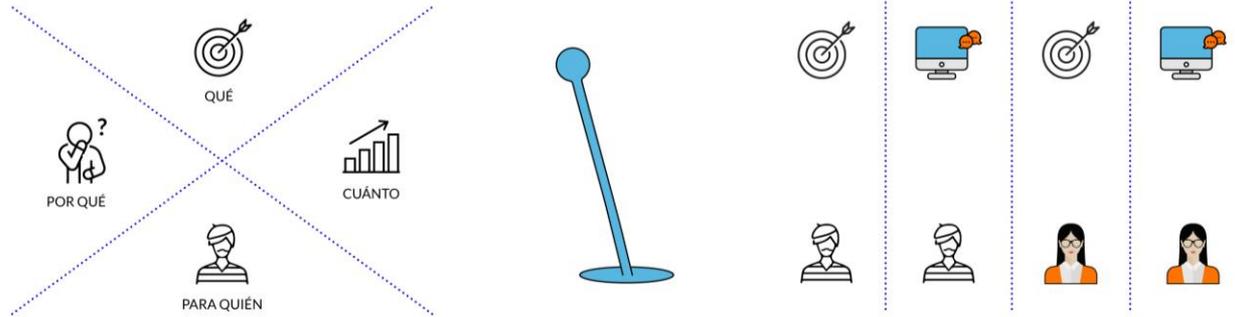
# MODELO PALANCAS

Adaptación & Transformación=Empresas Perdurables



PRESENTE

FUTURO



# 80%

De las **empresas** declaran  
ofrecer un servicio de  
**calidad SUPERIOR**



# 8%

De los **clientes** declaran que  
estas empresas ofrecen un  
servicio de **calidad SUPERIOR**

 **5**  
veces  
más caro

adquirir un nuevo cliente  
con respecto a lo que cuesta  
mantener uno que ya lo es.

5% / 20%

60% / 70%

De cada **100 intentos de venta**, la  
probabilidad de venderle a alguien que  
todavía **no es nuestro cliente está entre**  
**el 5% y el 20%**, la de venderle a alguien  
que **ya es cliente entre el 60% y el 70%**.



En promedio, un cliente le  
cuenta a **10 personas** sus  
experiencias **positivas** y a **20**  
personas sus experiencias  
**negativas** con una marca.



Comentarios  
negativos



**2,5**

más atención  
que los  
positivos

Un cliente **fiel**  
**multiplica** por



**10**

El monto de su  
primera compra



**70%**

De las **decisiones** de compra

Basadas en resabio de  
sentimiento por haber sido  
bien tratado

# A modo de síntesis

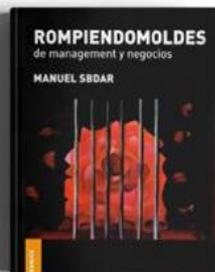
Adaptación & Transformación=Empresas Perdurables

- **No hay modelos de negocios que duren 100 años**
- **Los que perduran: mientras implementan un MN, al mismo tiempo, desarrollan uno nuevo**
- **No existe un consumidor objetivo, existen decenas, cientos, miles...  
La tecnología nos permite conocerlos**
- **Nuestra empresa son los consumidores que seamos capaces de Atraer  
Somos una fábrica de Diferenciales**
- **La maquinaria que hace funcionar esa fábrica: PALANCAS**

# BIBLIOGRAFÍA A DISPOSICIÓN



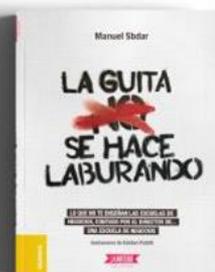
(2001)



(2007)



(2009)



(2014)



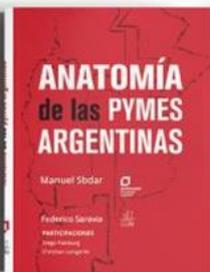
(2015)



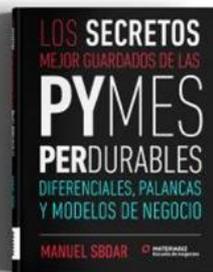
(2016)



(2017)



(2018)



(2018)



(2019)



(2019)



(2020)

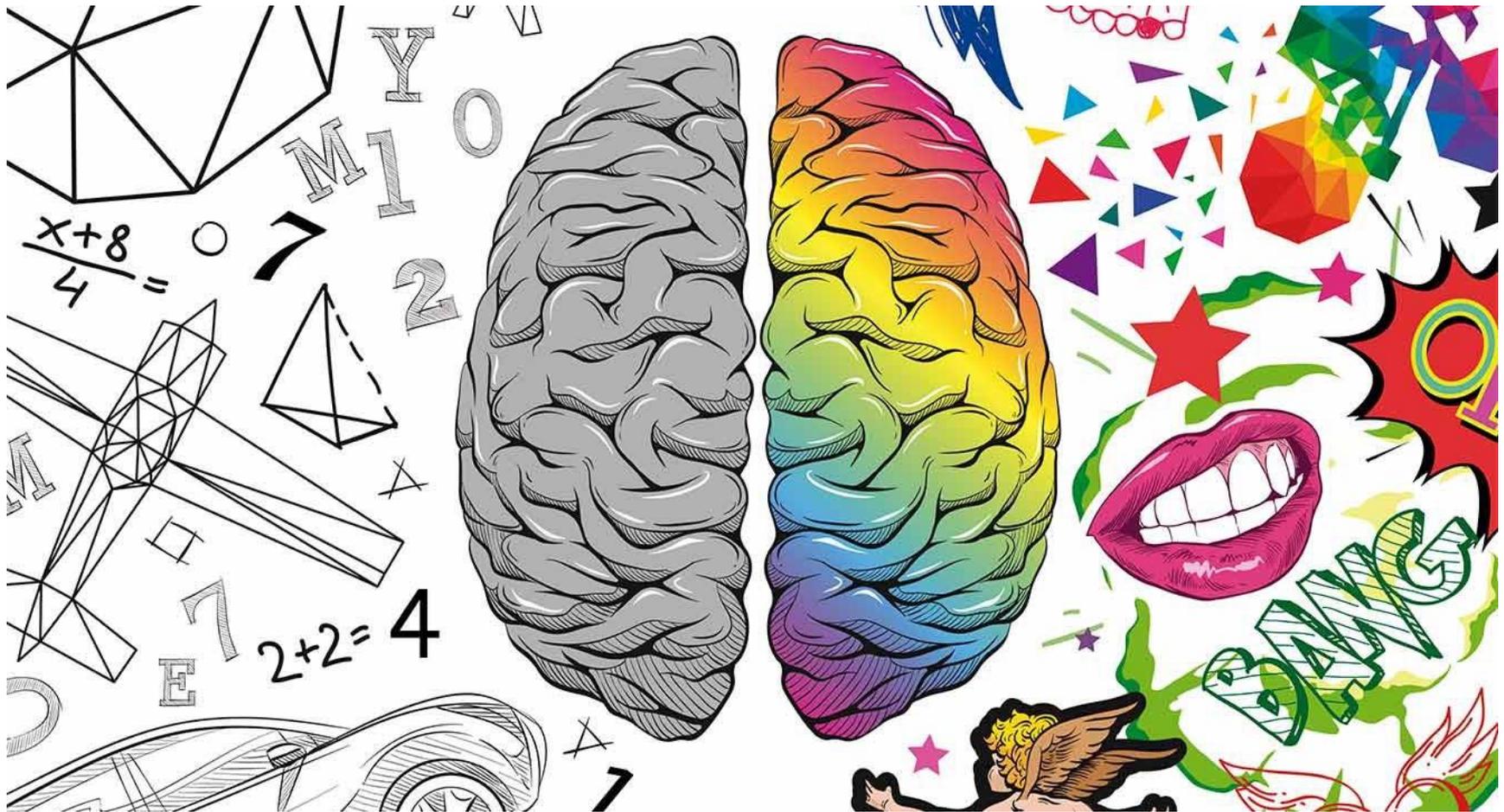
# ¡MUCHAS GRACIAS!

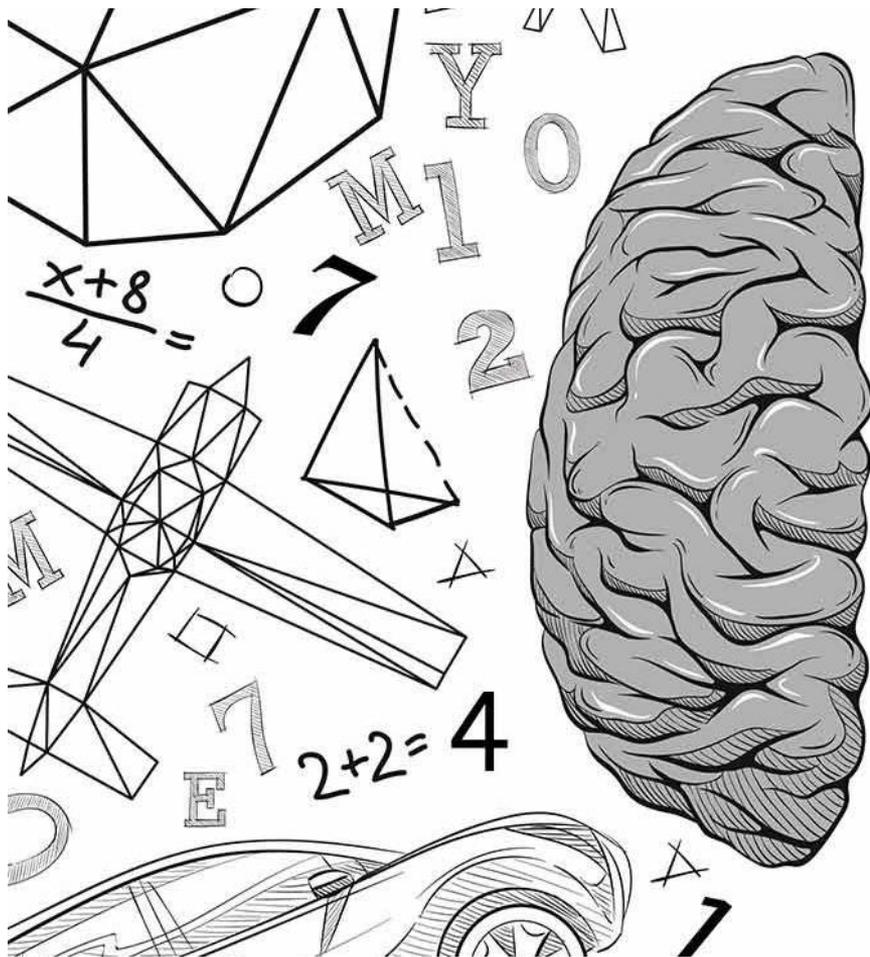
  @manuelbodar



New York  
Subway Guide

2	E	AA
B	7	RR
4	KK	6
SS	QB	5





## HEMISFERIO METÓDICO

“Si sabés por qué alguien es tu MEJOR cliente, podés llegar a entender por qué alguien se puede llegar a convertir en tu PRÓXIMO cliente.”

“A ellos no les interesan las frases que figuran en el brochure, a ellos les interesa obtener respuestas concretas para sus preguntas concretas.”

“Ayuda mucho saber quién es el que está por comprar, pero ayuda mucho más saber quién es el que paga lo que él o ella se propone comprar”

## HEMISFERIO EMPÁTICO

“Si sos capaz de hacerlos reír, puede ser que también seas capaz de hacerlos comprar.”

“No está mal fallar, lo que está mal es no corregir.”

“Si no lograste interesar al cliente en lo que ofrecés, revisá primero si Vos mismo estás interesado en lo que hacés.”

