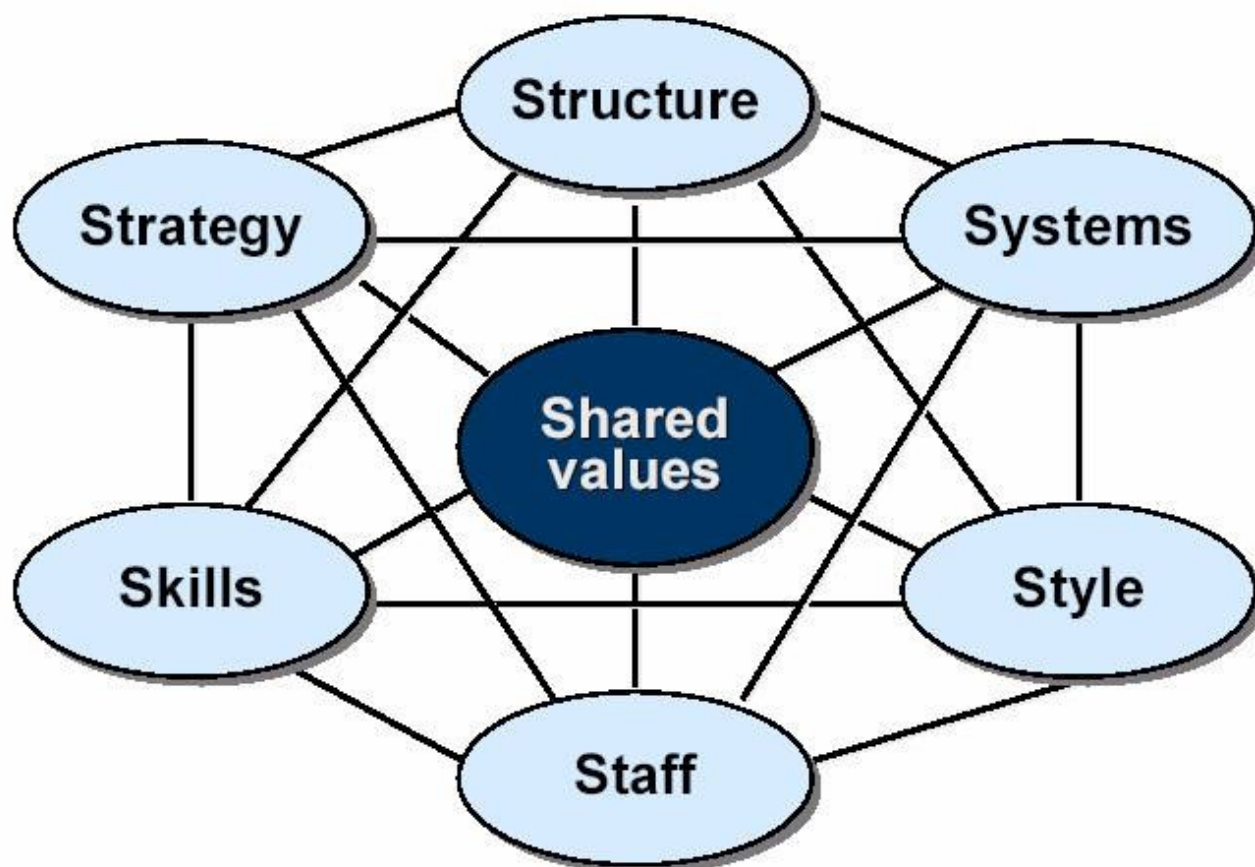


EINA 6: 7S DEL MODEL DE NEGOCI

- **Objectiu:** treballar la identificació i coherència de les peces clau del nostre model de negoci
- **Descripció gràfica:**



Font: MacKinsey

EINA 6: 7S DEL MODEL DE NEGOCI

- **Descripció:**

1. Structure, (estructura): Forma en que s'organitza, es relaciona i interactuen els diferents departaments de l'empresa i agents de la xarxa.
2. Systems, (sistemes): Processos interns i estesos de funcionament, sistemes de producció, pressupostaris, de control i informació.
3. Style, (estil): Cultura organitzativa, estil de lideratge, normes de comportament i compromís formal i informal de l'organització.
4. Staff, (equips i persones): Equip humà, talent disponible, compromís. Formes de vinculació, fidelització, compensació i gestió.
5. Skills, (capacitats): capacitats clau de l'organització per diferenciar-se i ser competitiva
6. Strategy, (estratègia): Definició explícita i compartida dels clients objectiu, la proposta de valor a oferir i les capacitats necessàries per desenvolupar-la.
7. Shared Values, (valors compartits): La missió, els valors fonamentals, que compartits per tots uneix i alinea els equips al voltant d'uns objectius comuns.

EINA 6: 7S DEL MODEL DE NEGOCI

- **Instruccions:**

Pas 1

Avaluar la posició actual

- Descriure la situació actual de la empresa en cada peça clau del model de negoci.
- Identificar la alineació de les visions dels agents clau de l'organització.
- Compara el nostre model de negoci amb els principals competidors.

Pas 2

Quatre accions possibles

- Analitzar la coherència entre les diferents peces del model de negoci.
- Analitzar la coherència de les diferents peces amb les necessitats dels nostres clients.
- Analitzar la diferenciació i avantatge del nostre model respecte els nostres competidors
- Identificar canvis i millores a efectuar al nostre model de negoci.

EINA 6: 7S DEL MODEL DE NEGOCI

- **Exemple:** Mango Tèxtil

1. Structure, (estructura): Disseny, marca i logística pròpies. Fabricació i botigues alienes. Mango dissenya i decideix quins productes compra cada botiga, lliure diàriament, però no fabrica (140 fabriques externes), ni ven (+1000 franquícies).
2. Systems, (sistemes): Logístic, Informació(etail), Creatiu (4 col·leccions anuals).
3. Style, (estil): Centralització de les decisions, rapidesa en l'acció, preocupació per les persones.
4. Staff, (equips i persones): Dones, amants de la moda, Globals i multiculturals, competitives, independents i tecnològicament al dia.
5. Skills, (capacitats): Moda, Tecnologia informació, Logística, Retail.
6. Strategy, (estratègia): Públic: Femení Jove. Proposta de valor: Moda actual al millor preu. Competències clau: Marca, Logística i control de la botiga.
7. Shared Values, (valors compartits): Missió: Estar presents en totes les ciutats del món competint amb els millors. Valors: Humilitat, harmonia i afecte. Prioritats de creixement: Més botigues, Més facturació X m2. Àmbits d'atenció: Econòmic, social i mediambiental.