

Descripción del Modelo

General Electric Company, con la ayuda de Boston Consulting Group y McKinsey and Company, pionera en la pantalla de nueve de la célula estratégica de negocios se muestra aquí. El círculo representa la matriz de su empresa. Ambos ejes se dividen en tres segmentos, la obtención de nueve celdas. Los nueve células se agrupan en tres zonas:

La **Zona Verde** se compone de las tres células en la esquina superior izquierda. Si su empresa cae en esta zona se encuentra en una posición favorable con oportunidades de crecimiento relativamente atractivos. Esto indica una "luz verde" para invertir en este producto / servicio.

La **zona amarilla** se compone de las tres células diagonal desde la parte inferior izquierda hasta la parte superior derecha. Una posición en la zona amarilla es considerada como teniendo el atractivo de mediano plazo. Gestión por lo tanto debe tener cuidado al hacer inversiones adicionales en este producto / servicio. La estrategia sugerida es tratar de mantener la cuota en lugar de aumentar o reducir la cuota.

La **Zona Roja** se compone de las tres celdas en la esquina inferior derecha. Una posición en la zona roja no es atractiva. La estrategia sugerida es que la dirección debe comenzar a hacer planes para salir de la industria.

Caracterizar su Empresa

El eje vertical representa el atractivo de la industria. El sistema de expertos la posición de su empresa en el gráfico basado en su descripción de:

- poder de negociación de los compradores
- poder de negociación de los proveedores de
- rivalidad interna
- de la amenaza de nuevos entrantes
- de la amenaza de sustitutos de

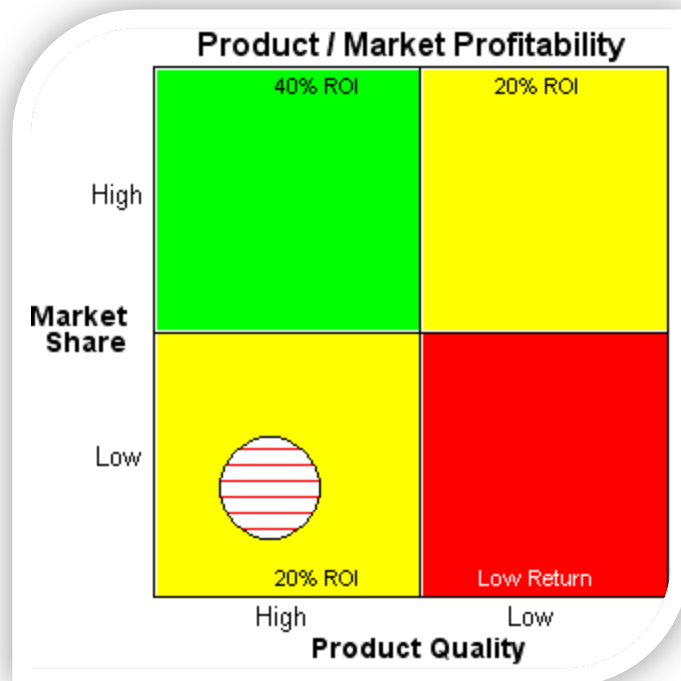
El eje horizontal representa la fuerza competitiva de la empresa o la capacidad para competir en la industria. Se incluye un análisis de:

- el valor y la calidad de la oferta de
- la cuota de mercado
- poder de permanencia
- experiencia

Puede realizar un seguimiento a través del análisis de apoyo y sus conclusiones, el ajuste de su entrada hasta que esté satisfecho con precisión la descripción de tu caracteriza a su empresa.

Análisis de su posición de empresa		
Alto de atracción Fuerte posición competitiva El consejo de estrategia para este celular es invertir para el crecimiento. Considere las siguientes estrategias:	Alto de atracción Promedio de posición competitiva El consejo de estrategia para este celular es invertir para el crecimiento. Considere las siguientes estrategias:	Alto de atracción Débil posición competitiva El consejo de estrategia para este celular es oportunista para invertir las ganancias. Sin embargo, si usted no puede fortalecer su empresa debe salir

<ul style="list-style-type: none"> • aportar la inversión máxima • diversificar • consolidar su posición de centrar sus recursos de • aceptar moderado utilidades casi plazo para fomentar la participación 	<ul style="list-style-type: none"> • construir de forma selectiva sobre la fuerza • definir las consecuencias de un desafío para el liderazgo del mercado • cubrir las deficiencias para evitar la vulnerabilidad 	<p>del mercado. Considere las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • paseo con el crecimiento del mercado • buscar nichos de especialización o de • buscan una oportunidad para aumentar la fuerza a través de la adquisición de
<p>Medio de atracción Fuerte posición competitiva El consejo de estrategia para este celular es invertir de forma selectiva para el crecimiento. Considere las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • invertir fuertemente en los segmentos seleccionados, • de establecer un límite máximo de la cuota de mercado que se quiere conseguir • buscar nuevos segmentos atractivos para aplicar los puntos fuertes 	<p>Medio de atracción Promedio de posición competitiva El consejo de estrategia para este celular es invertir de forma selectiva para obtener ingresos. Considere las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • segmentar el mercado para encontrar una posición más atractiva • hacer planes de contingencia para proteger su posición de vulnerabilidad 	<p>Medio de atracción Débil posición competitiva El consejo de estrategia para este celular es el de preservar para la cosecha. Considere las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • actuar para preservar o incrementar el flujo de efectivo al salir del negocio • buscar una venta oportunistas • buscar una manera de aumentar sus fortalezas
<p>Bajo atractivo Fuerte posición competitiva El consejo de estrategia para este celular es invertir de forma selectiva para obtener ingresos. Considere las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • defender los puntos fuertes • trasladar recursos a los segmentos atractivos • examinar la manera de revitalizar la industria • tiempo de su salida por el seguimiento de la cosecha o venta calendario 	<p>Bajo atractivo Promedio de posición competitiva El consejo para la estrategia de esta célula es la reestructuración, la cosecha o vender. Considere las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • compromisos sólo es esencial • a desinvertir • transfieran recursos a un segmento más atractivo 	<p>Bajo atractivo Débil posición competitiva El consejo de esta célula es la cosecha o vender. Usted debe salir del mercado o de ciruela de la línea de productos.</p>



Descripción del Modelo

Beneficio Impacto de Estudios de Mercado (PIMS), la investigación ha demostrado que existe una relación clara entre la rentabilidad, la cuota de mercado, y la calidad del producto. Aquí consideramos la calidad de todos los aspectos de su oferta.

Si los clientes perciben la oferta sea de mayor calidad, que están dispuestos a pagar más por ello. Esta matriz muestra esta relación.

Caracterizar su Empresa

El sistema de expertos la posición de su empresa en el gráfico basado en su descripción de:

- rendimiento
- durabilidad
- conformidad con las especificaciones
- características
- reconocimiento de la marca
- fiabilidad
- ajuste y acabado
- de servicio

Puede realizar un seguimiento a través del análisis de apoyo y sus conclusiones, el ajuste de su entrada hasta que esté satisfecho con precisión la descripción de tu caracteriza a su empresa.

Análisis de su posición de empresa			
ROI 40 %	20% de ROI	20% de ROI	Bajo rendimiento
Alta participación de mercado Producto de alta calidad	Alta participación de mercado Baja calidad de los productos	Baja la cuota de mercado Producto de alta calidad	Baja la cuota de mercado Baja calidad de los productos

Su oferta está en la mejor cuadrante. Las empresas que son capaces de combinar la alta calidad del producto con un alto promedio de cuota de mercado alrededor del 40 por ciento de retorno sobre la inversión.

Su oferta está en el cuadrante que el promedio de alrededor de 20 por ciento de retorno sobre la inversión. Estos beneficios, probablemente el resultado de los bajos costes como resultado de las economías de escala, posibles por la elevada cuota de mercado. Productos en este cuadrante se han orientado a un mercado de masas y en general son muy difíciles de diferenciar. Los criterios principales para la compra es el precio.

Su oferta está en el grupo que el promedio de un retorno del 20 por ciento de la inversión. Aunque tiene una cuota de mercado baja, los clientes están dispuestos a pagar un precio más elevado para el producto.

Su oferta está en el cuadrante donde la rentabilidad es en general muy baja. Tanto la cuota de mercado y la calidad del producto están por debajo de la media. Las compañías en este cuadrante en general, la posibilidad de retirar su oferta y hacer inversiones en otros lugares.