



Netflix

PLANES Y MODELOS DE NEGOCIOS.

DR. Jorge Arcadio Estrada Gallegos.



NETFLIX



ECOSISTEMA DE ALIANZAS: Buenos proveedores Grandes productoras	ACTIVIDADES CLAVE: Producción de contenido Adquisición de contenido Desarrollo de la plataforma	PROPUESTA DE VALOR: Contenidos online a demanda Contenido original Precio asequible	RELACIONES CON LOS CLIENTES: Prácticamente "self-service"	SEGMENTO DE CLIENTES: Mercado masificado
8	RECURSOS CLAVE: Derechos de transmisión Sus propias producciones audiovisuales Algoritmo		2	CANALES DE DISTRIBUCIÓN: Página web Aplicación Partners
ESTRUCTURA DE COSTES: Obtención de licencias producción de contenidos Mantenimiento de la plataforma		FLUJO DE INGRESOS: Suscripciones		
3		5		

NICHO DE CLIENTES

Los suscriptores de Netflix son tanto hombres como mujeres de entre 18 y 54 años, un rango de edad muy amplio dada su oferta de todo tipo de contenidos audiovisuales para todos los gustos.

Sus clientes más importantes son:

- Personas ocupadas que prefieren ver películas en casa que salir y gastar en el cine
- Personas que son aficionadas a las películas y series
- Personas que quieren hacer valer el costo de suscripción con un catálogo extenso y actualizado



OFERTA DE VALOR

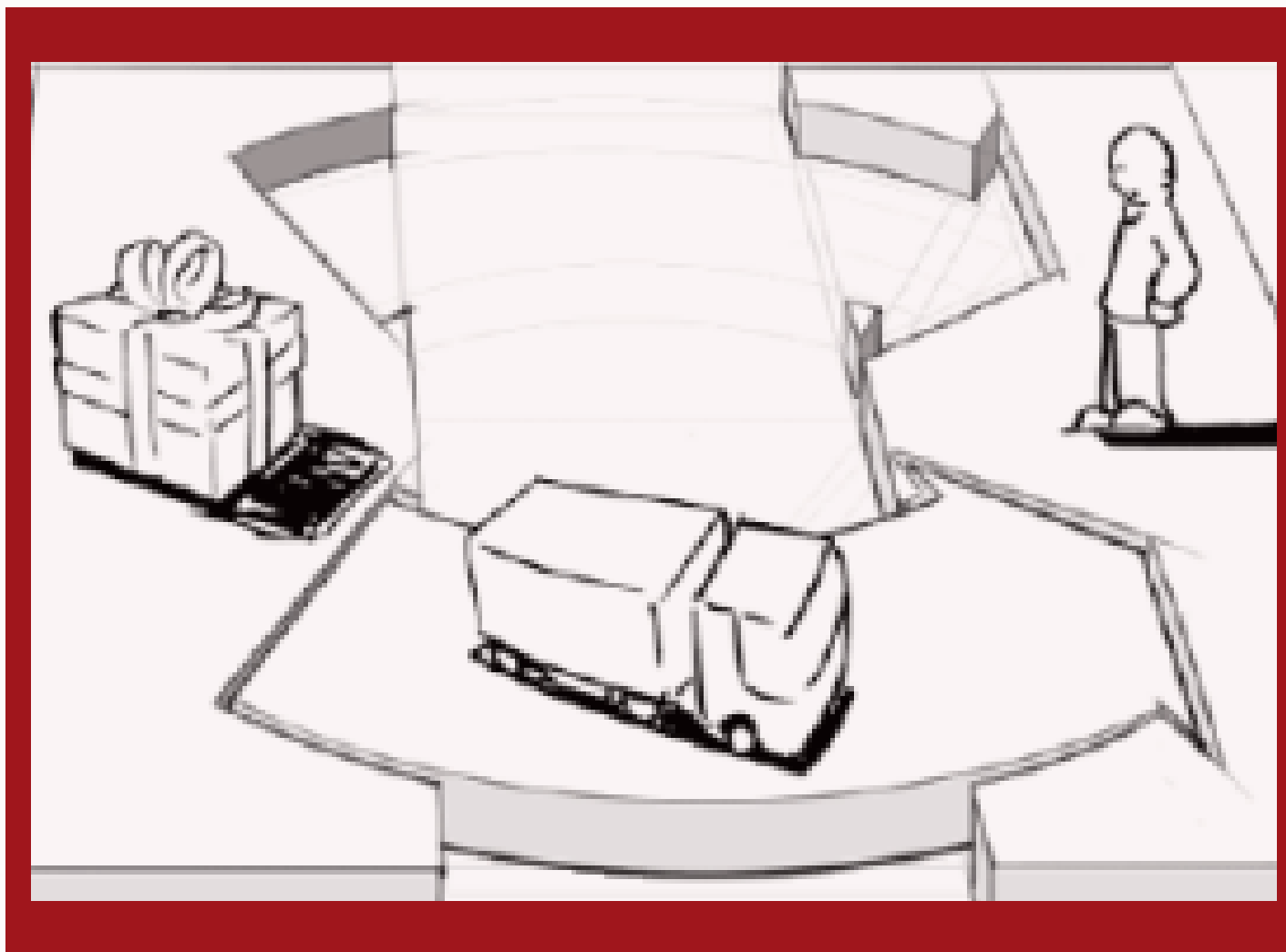
A su favor jugaban tendencias como la tecnología o la predisposición del público a consumir contenido personalizado sin salir de casa.

La compañía opta por la suscripción ofreciendo contenido online a demanda con precios asequibles.

Netflix se convirtió en pionera del modelo de suscripción, y su propuesta de valor única fundamentada en precios asequibles, accesibilidad multiplataforma, y un contenido original, de calidad y personalizado para el usuario.



CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS



Canales de Distribucion

Los clientes de Netflix quieren ser contactados mediante comunicación digital omnicanal, asociaciones con empresas, contenidos originales y publicidad exterior atractiva.

Para utilizar el servicio, puede ser desde la página web de Netflix, su app para dispositivos móviles, smart tv con la aplicación precargada y decodificadores.

Paginas web, aplicaciones o partners.

ESTRATEGIA DE RELACIÓN CON EL CLIENTE

¿Qué hace Netflix para generar relaciones con sus clientes?

Netflix ofrece diversidad de contenido para todos los gustos, estilos y necesidades. Es así como todos los suscriptores se sienten atendidos, escuchados y satisfechos.

Netflix construyó su marca sobre la personalización. Cada uno de sus usuarios tiene una experiencia de página de inicio única adaptada a sus gustos personales.

Self-service.

La intención de Netflix es crear y mantener sólidas relaciones de marca con sus clientes. Una manera es la publicación de mensajes humorísticos en las campañas publicitarias de Netflix



MODELO DE INGRESOS



El modelo de ingresos de esta compañía funciona a través de suscripción, es decir, las personas pagan por adelantado el acceso al contenido de la plataforma.

Su principal ingreso es por la cuota mensual de los 221.84 millones de suscriptores (hasta el 4T de 2021), según Statista.



RECURSOS CLAVE.

-Tecnología

En primer lugar, su desarrollo de software para ofrecer la mejor experiencia de usuario en cada acción. En segundo lugar, el algoritmo que gracias a la inteligencia artificial permite la construcción de recomendaciones basadas en intereses, contenidos vistos y búsquedas frecuentes.

-Marca

Netflix está dentro de las 100 marcas más relevantes a nivel mundial. De acuerdo con el sitio Branfluence, la personalidad y la conexión entre todos sus puntos de contacto con la audiencia, generan que los usuarios confíen en las recomendaciones.



-Personas

Bajo la filosofía de empleados felices = clientes felices, fomentan el mismo respeto que tienen por los usuarios a sus colaboradores. La cultura laboral de Netflix se fundamenta en que las personas son más importantes que los procesos a partir de 10 valores, entre ellos, inclusión, valentía, criterio, curiosidad y generosidad.

-Relación con la industria

Su comunicación con los principales escritores, productores y cineastas le permite generar y reproducir gran variedad de contenido de alto nivel. Además, al crear su propio estudio cinematográfico, Netflix se posiciona como líder de la industria que incluso, le ha valido 110 nominaciones y 14 premios Óscar, Emmy y Globos de Oro.

PROCESOS Y ACTIVIDADES CLAVES

- Producción original de contenidos.
- Continuar con la obtención de licencias de alta calidad.
- Mantenerse actualizado en innovación y desarrollo de tecnología.
- Análisis de datos.



PROVEEDORES Y SOCIOS ESTRATÉGICOS.

Proveedores

- Comcast
- Cine Gaumont
- Amazon.com, Inc
- Lionsgate
- RTL Group SA

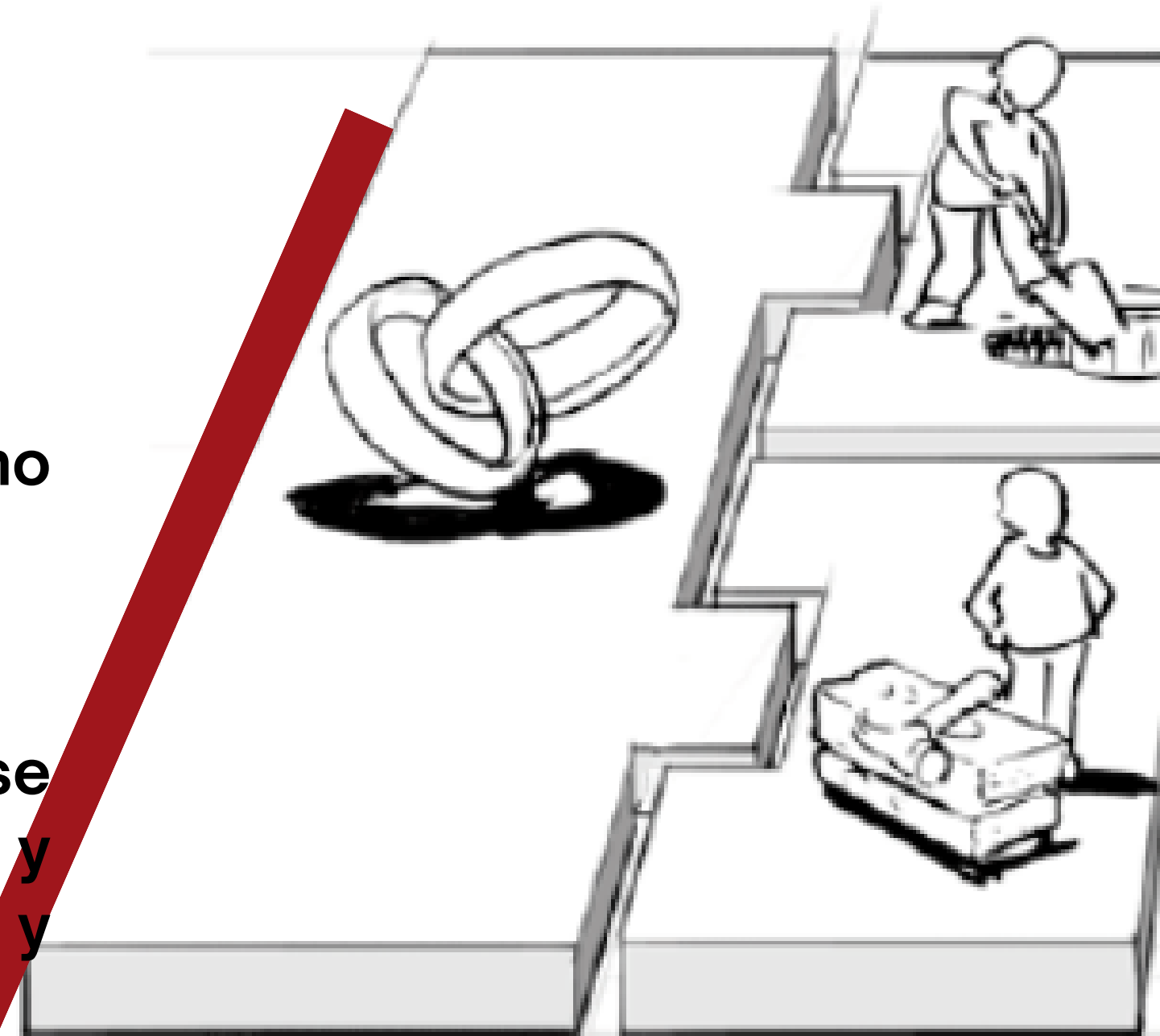
Socios

Empresas:

Smart tv como LG, smartphones como Samsung y consolas como PlayStation

Marcas:

Apple, Android y Microsoft para adaptarse mejor a su sistema operativo o Google y Amazon para acceder a su big data y alojarse en su Nube.



CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

En primer lugar, invertir en investigación y desarrollo para perfeccionar la tecnología en la plataforma de streaming, inteligencia artificial y big data.

La compra y producción de contenidos, representa uno de los mayores costos para la compañía.

Otro de los costos relevantes para Netflix es la infraestructura, desde oficinas, hasta el mantenimiento de la nube en Amazon AWS y su proveedor de internet para transmitir datos a alta velocidad.

Costos operativos de administración, sueldos, así como los que representa la adquisición de nuevos clientes y mantenimiento de las suscripciones con estrategias de marketing.





BIBLIOGRAFIA.

<https://blog.hubspot.es/sales/mercado-meta#:~:text=Su%20mercado%20meta%20va%20dirigido,y%20gastar%20en%20el%20cine>

<https://marketinginsiderreview.com/estrategia-marketing-netflix/#:~:text=%C2%BFcu%C3%A1l%20es%20el%20perfil%20del,audiovisuales%20para%20todos%20los%20gustos.>

<https://www.a24.com/netflix/como-netflix-genera-relaciones-perdurables-con-los-clientes>

<https://worteV.com/como-lograrlo/modelo-de-negocio-netflix/#h-7-actividades-clave>