

Guía estratégica para la transformación digital

IMÁGENES

3 (parte II). Construir plataformas, no solo productos

Subapartado: Herramienta: mapa del modelo de negocio de plataforma

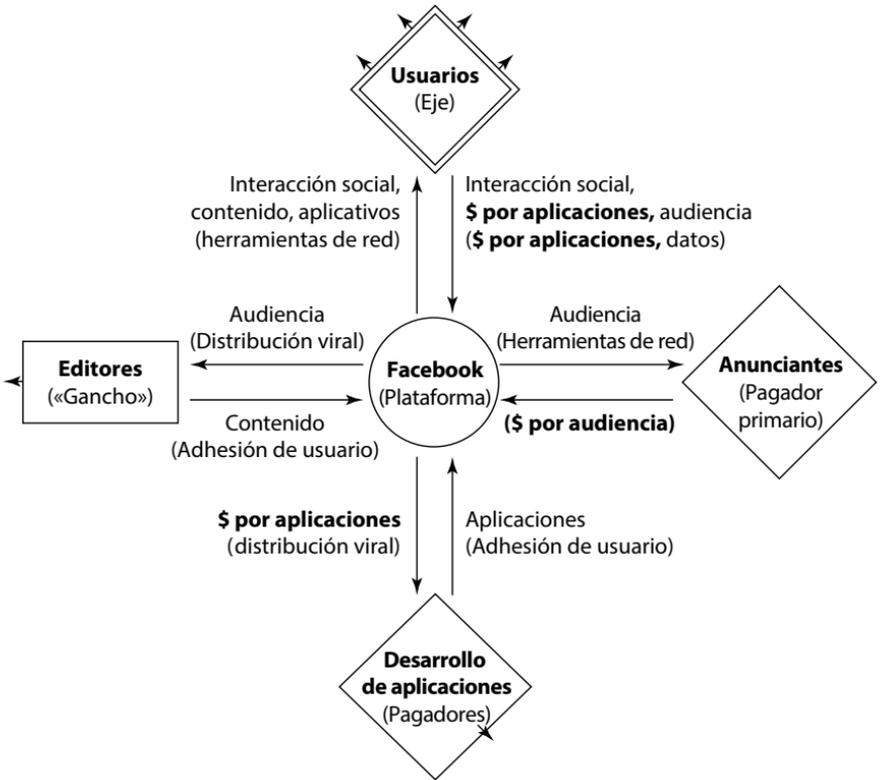


Figura 3.1

Mapa del modelo de negocio de plataforma: Facebook.

3 (parte II). Construir plataformas, no solo productos

Subapartado: Aplicar el tren de valor competitivo

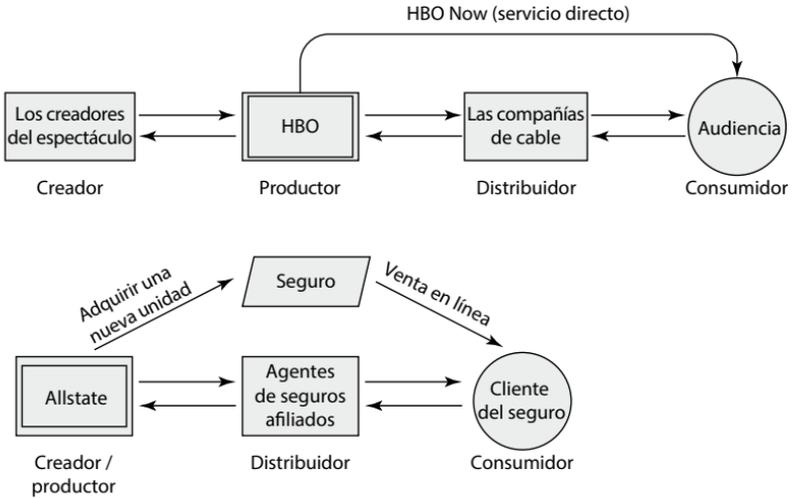


Figura 3.5

Análisis del tren de valor de los movimientos competitivos de HBO y Allstate.

3 (parte II). Dominar los modelos de negocios disruptivos

Subapartado: Herramienta: el mapa del modelo de negocio disruptivo

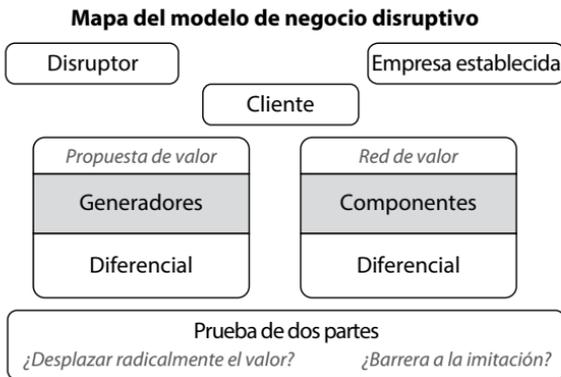


Figura 7.1

Mapa del modelo de negocio disruptivo.

3 (parte II). Dominar los modelos de negocios disruptivos

Subapartado: Herramienta: planificador de respuestas disruptivas

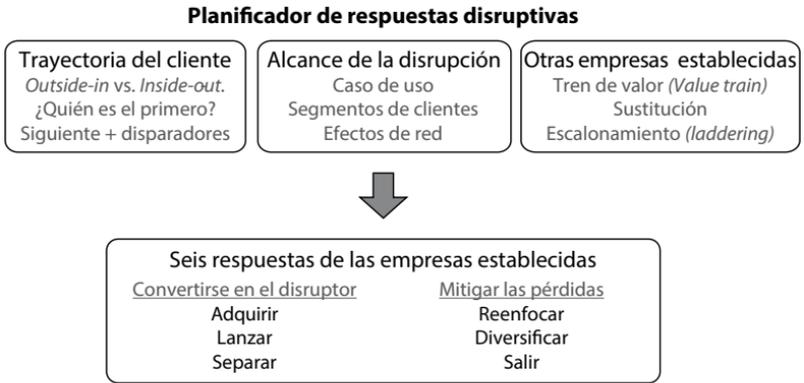


Figura 7.2

Planificador de respuestas disruptivas.