



Bernardo Szulanski

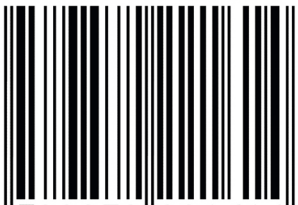
Desde 1991 Bernardo Szulanski asesora empresas nacionales y multinacionales, (muchas de las cuales se encuentran dentro de las Fortune 500) en cómo Generar Valor para lograr los objetivos planteados.

Trabajó en empresas multinacionales (Du Pont, Kodak, Andersen Consulting).

Autor del libro "GENERANDO NEGOCIOS - Como Participar Productivamente en Eventos y Exposiciones -".

Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Buenos Aires y realizó estudios de postgrado en Desarrollo de Nuevos Productos, Marketing y Negociación, de la Universidad de California, Berkley Extension, y en Innovación y Pensamiento de Diseño de la Universidad de Cincinnati, Carl H. Lindner College of Business and College of Engineering and Applied Science.

ISBN 978-987-22216-1-4



Genere una propuesta de Valor a sus clientes para lograr los objetivos planteados.

GENERANDO VALOR es un libro escrito para quienes no quieren dar ventajas en este mundo tan competitivo. Está dirigido a emprendedores que buscan desarrollar su empresa de manera óptima para capitalizar las oportunidades del mercado. La premisa es simple: sólo invertir con decisión en aquello que genera valor real para el grupo de consumidores más rentable para su empresa.

GENERANDO VALOR realiza un análisis original y único, con un lenguaje simple, para poder identificar los diferentes niveles de propuesta de valor al mercado (aquello que hace que el cliente elija su oferta y no la de la competencia) en los cuales pueden posicionarse una empresa, un emprendedor o profesional, para poder lograr los objetivos planteados. Por otra parte plantea un camino para generar mayores ingresos.

Ofrece una visión innovadora que incluso permite volver obsoleto el concepto de la tradicional pirámide de estratos socioeconómicos.

Con un simple vistazo podrá identificar en qué nivel de valor se encuentra, en cual debería posicionarse, y que cambios debe realizar para cambiar el nivel de valor de su oferta al mercado.

Brinda una guía práctica y rápida de cómo lograr llegar a los objetivos planteados.

Podrá responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo planificar la oferta al mercado?
- ¿Qué diferencia hay entre valor y características?
- ¿Cuáles son los niveles de valor?
- ¿Qué particularidades tiene cada nivel de valor?
- ¿En cuál nivel de valor me encuentro?
- ¿Cuál es el nivel de valor que debería estar?
- ¿Qué hay que tener en cuenta para cambiar de nivel de valor?
- ¿Cómo cambiar de nivel de valor?
- ¿Cómo percibe el cliente la propuesta de valor?
- ¿Qué debo hacer para aumentar los ingresos?

Editorial **QUIKEN**

GENERANDO VALOR

Cómo Brindar Valor para Lograr los Objetivos Planteados

CREAR VALOR - LOGRAR OBJETIVOS

Bernardo Szulanski

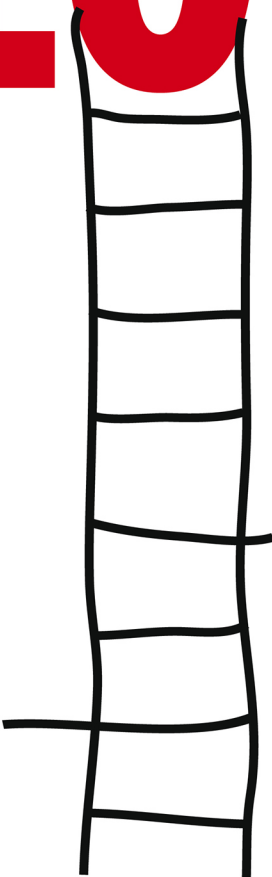
Bernardo Szulanski

GENERANDO VALOR

Cómo Brindar Valor para Lograr los Objetivos Planteados

CREAR VALOR

LOGRAR OBJETIVOS



Editorial **QUIKEN**