

7 PASOS PARA DIFERENCIARTE DE TUS **COMPETIDORES**



DESCUBRÍ LOS 7 PASOS ACÁ

C O N T E N I D O

- 01 Definí tu negocio y hacia dónde va
- 02 Enfocate en tu público meta
- 03 Buscá la simplicidad
- 04 Seleccioná tu audiencia
- 05 Mejorá la calidad de vida de tu cliente
- 06 Establecé el propósito de tu empresa
- 07 Creá ideas atractivas para tu público

+BONUS

Las principales recomendaciones para que tu **propuesta de valor** sea más efectiva.

INTRODUCCIÓN

¿Son Volvo y Honda productos similares? ¿Qué tal Nike y Crocs? A simple vista estas parecen ser preguntas fáciles de contestar. Sí, las primeras dos compañías están en el negocio de la venta de automóviles, así como las dos posteriores, se ubican en el ámbito del calzado. Si nuestro análisis fuera veloz y superficial todo indicaría que no hay mayor diferencia entre ambos pares de marcas. No obstante, las diferencias existen y son bastante marcadas. **¿Pero qué nos hace diferenciar estas compañías?** ¿Por qué cuando nos imaginamos una marca vemos características y ventajas que no apreciamos en empresas similares, a pesar de vender un mismo producto?

Es probable que una parte importante en estas diferencias **sea la propuesta de valor de cada compañía.** Pero ¿qué es una propuesta de valor? y todavía más importante ¿cómo podemos confeccionar una? A continuación procedemos a evacuar estas dudas y a darte **7 consejos para diseñar una propuesta de valor** que llame la atención tanto de tus clientes actuales como de tus posibles compradores.



Para empezar, es importante definir que **una propuesta de valor es un mensaje constante y bien definido** por parte de la empresa, en la cual **indica las ventajas que su producto o servicio** puede ofrecer a sus clientes. Este mensaje es **único y busca distanciar** a una empresa de sus competidores.

Ahora bien, para confeccionar propuestas de valor atractivas, únicas e impactantes te invitamos a seguir los siguientes pasos.



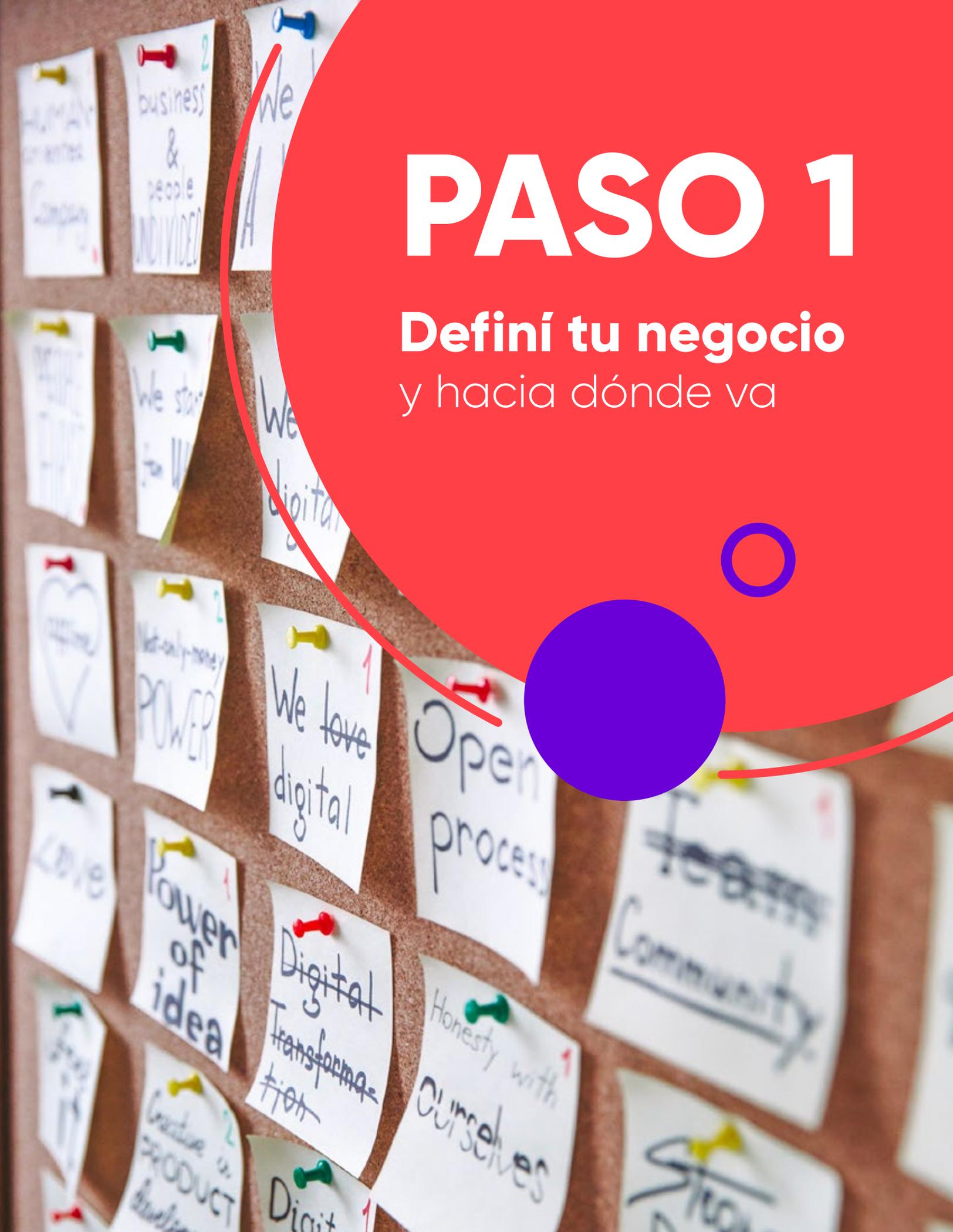
¡BIENVENIDOS!

Carlos Cañas

PROFESOR

Carlos es un reconocido profesional con más de **30 años de experiencia** en posiciones de alta **gerencia en marketing** para reconocidas marcas de consumo masivo. En su carrera profesional ha trabajado para compañías destacadas como **Garnier BBDO, Philip Morris Central América, Krafts Foods y Florida Bebidas.**

En los últimos años Carlos se ha desempeñado como consultor, ayudando al crecimiento y desarrollo de diversas empresas nacionales.



PASO 1

Definí tu negocio
y hacia dónde va

Paso **01** Definí tu negocio y hacia dónde va

Es importante que no te limités a decir que ofrece tu negocio, sino también qué le aporta a tu cliente. Por ejemplo, Nike no está sólo en el campo del calzado y la indumentaria deportiva, sino que está en el negocio de aportar al cliente las zapatillas, vestimenta y los accesorios que le permitan practicar un deporte como lo hacen los profesionales. Volvo no es sólo una empresa de automóviles, sino que está en el mercado del transporte de personas apegándose a rigurosos niveles de seguridad y protección.

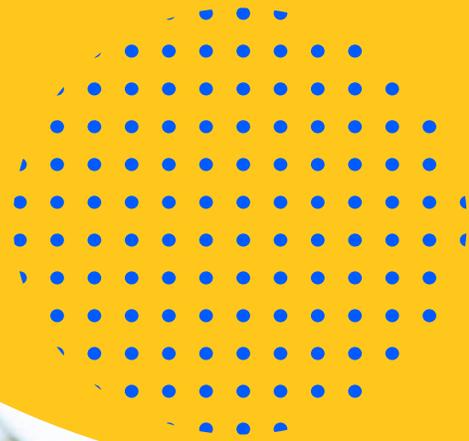
Para que lo tengas más claro:



Tu negocio no es sólo lo que vendés, sino lo que obtiene tu cliente al adquirir tu producto o servicio.

PASO 2

Enfocate en tu
público meta



Paso

02

Enfocate en tu público meta

Mucha gente busca plantear una propuesta de valor basados en una idea propia y en cómo ven su negocio. Lo más adecuado en estos casos, es plantear una propuesta de valor **basada en las necesidades y deseos de tus clientes.**

Tu producto o servicio debe estar en la capacidad de suplir algo que tu cliente desee o necesite. Si podés transmitir este mensaje efectivamente, darás un paso más cercano para concretar más ventas.



PASO 3

Buscá la
simplicidad



Paso **03** Buscá la simplicidad

Muchas organizaciones tratan de diseñar propuestas de valor que comuniquen detalladamente cada una de las ventajas de sus productos o servicios. Esto no sólo hace que los mensajes emitidos sean muy extensos sino que también los convierte en comunicados confusos dando como resultado clientes inseguros y con dudas.

Por lo tanto, **apegate a un mensaje claro y sencillo**. De esta forma será más fácil que estos sean recordados en la mente de tus clientes.





PASO 4

Seleccioná
tu audiencia

Paso **04** Seleccioná tu audiencia

Pocos productos están hechos para ser consumidos por todas las personas. Por lo tanto, es de gran importancia que vos como dueño(a) de la empresa y todo tu equipo de trabajadores mantengan este detalle en mente.

A la hora de plantear una propuesta de valor tené muy claro quiénes son tus clientes. Esto **te permitirá conocer con mayor detalle patrones de consumo** y características que te podrían ayudar a formular una propuesta más atractiva para dicho segmento.



Un ejemplo

Procurá pensar en todos los tipos de clientes que podás tener. Luego de eso, tratá de buscar patrones y/o tendencias que los unan (edad promedio, sexo, profesión, etc). Tomá en cuenta sus principales generalidades.



PASO 5

Mejorá la calidad de **vida de tu cliente**



Paso 05 **Mejorá la calidad de vida de tu cliente**

Estudios han demostrado que las principales razones por las cuales una persona incurre en una compra son:

-  1. El deseo de satisfacer una necesidad.
-  2. Obtener una solución a un problema creciente.

Dado este panorama, te recomendamos plantear tu propuesta de valor que satisfaga una o ambas premisas en tus clientes. **Posíciónate en la mente de tus consumidores como la opción válida, práctica y eficiente que facilite o mejore su estilo de vida.** Esto aumentará significativamente las posibilidades de culminar un proceso de venta con ellos(as).

-  **TIP#1** ● ● **Analizá a detalle cómo tu producto o servicio mejora la vida de tus clientes**
-  **TIP#2** ● ● **Utilizá este argumento la próxima vez que converses con tu cliente**

PASO 6

Establecé el propósito
de tu empresa



Paso

06

Establecé el propósito de tu empresa

Si bien muchas organizaciones son creadas con el objetivo de generar dinero, **este no puede - ni debe- ser el único propósito** de tu empresa.

Los negocios exitosos han sido creados sobre un propósito o promesa que ofrece a su audiencia mejores resultados, mejores soluciones, pero sobre todo **mejores experiencias**.

Buscá y definí el propósito de tu empresa.



Resultados



Soluciones



Experiencias

PASO 7

Creá ideas atractivas
para tu público



Paso

07

Creá ideas atractivas para tu público

La atracción es un elemento clave para llamar la atención y crear un vínculo con tus clientes. Por lo tanto, **buscá generar una propuesta de valor que sea interesante** desde el principio.

Hacé tu propuesta de valor llamativa y directa a captar la atención de tus clientes. De esta forma **aumentarás el valor** de perfil tanto de tu empresa como de tus productos y/o servicios.



INTENTALO

Establecé diferentes propuestas y evalualas entre tu círculo de amigos o familiares para determinar cuál tiene la capacidad de generar mayor atracción e interés de la audiencia.



¿Y AHORA QUÉ SIGUE?

¡Ahora sí! Estás listo(a) para crear una propuesta de valor que te destaque ante tus competidores. Conocé más a fondo en nuestro curso online **Propuesta de valor única: Cómo crear conexiones más profundas y cercanas con tu cliente.**

Todos **nuestros cursos son impartidos por profesionales exitosos** en cada una de sus especialidades. Estamos muy emocionados de que te unás a nuestra comunidad y de que podás aplicar todo lo aprendido desde tu vida personal hasta en el ámbito laboral.

Seguí el siguiente link para adquirir nuestro curso completo:

[Inscribite al Curso](#)



+BONUS

Principales recomendaciones para que tu **propuesta de valor** sea más efectiva

¿Te gustaron nuestros consejos? A continuación podrás encontrar un resumen de las recomendaciones que te ayudarán a crear propuestas de valor atractivas.
¡Que te sean de provecho!





7 PASOS PARA DIFERENCIARTE DE TUS COMPETIDORES

creativa.
academy

www.creativa.academy