

¿CÓMO ARMAR UNA PROPUESTA DE VALOR?

DESCUBRE LA RECETA

 albrand

PROPUESTA DE VALOR

PARTE 1



Cuando las personas tienen una idea de negocios es porque han visto una oportunidad de entregar mejores productos y servicios a los existentes.



Para ello deben crear una oferta que sea atractiva para los clientes del segmento en donde quieren participar conocida cómo propuestas de valor.

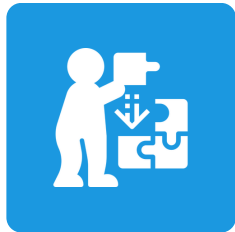


Empresas Calbury dueño de la marca de chicles Trident y la marca de chocolates Milka año a año presentan nuevas propuestas de productos para motivar a sus clientes a consumir sus nuevas preparaciones y sus ya conocidos caballitos de batalla.



PROPUESTA DE VALOR

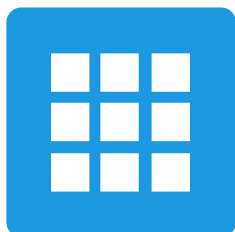
PARTE 1



Si quieres ser una persona de éxito debes saber muy bien cuál será el motivo por el cuál tus clientes confiarán en tu negocio, qué te hace diferente del resto, qué valor entregarás a tus clientes, atributos que serán claves para armar tu propuesta de valor.



Las personas compran un producto o un servicio para satisfacer una necesidad o un deseo en particular, por lo tanto debes crear todos los argumentos necesarios para dar más valor a través de tus propuestas.



Recuerda qué tu modelo de negocios funcionará al tener una propuesta de valor fuerte y atractiva para tus clientes.



➤ En esta parte del contenido conocerás la lista del 1° al 5° factor para armar tu oferta de valor de manera correcta:

¿CÓMO ARMAR UNA PROPUESTA DE VALOR? DESCUBRE LA RECETA



1. Precio



2. Novedad



3. Calidad



4. Conveniencia



5. Marca / Status

1. PRECIO



PRIMER FACTOR

El precio es un factor importante porque debe ser capaz de cubrir todos los costos de tu propuesta y estar en línea con el dinero que están dispuestos a pagar tus clientes.

MOTIVO

Aquí la clave es el tipo de cliente que quieras atender, averigua cómo compran y cuáles son sus prioridades para que puedas crear propuestas atractivas para ellos.

EJEMPLO

Nissan tienen en su gama al Kicks como SUV de entrada para los clientes buscadores de precio y el modelo Murano para clientes que están dispuestos a pagar más por exclusividad.

2. NOVEDAD



SEGUNDO FACTOR

Debes definir es qué lo nuevo que tendrá tu oferta de valor que será clave para comprar en tu negocio y qué permite diferenciarte de tu competencia.

MOTIVO

La novedad que tengan tus propuestas se convertirán en tu principal arma para lograr que más personas compren tus productos y servicios.

EJEMPLO

La marca Apple lanzó el primer Iphone en el año 2007 prometiendo un aparato de gran calidad, sin teclado y fácil de usar, después de 13 años siguen cosechando éxitos y siendo uno de los referentes del mercado de equipos de alta gama.

3. CALIDAD



TERCER FACTOR

Un factor decisivo y qué permitirá que consigas más clientes es ofrecer mayor calidad por el dinero que pagarán tus clientes en relación a tu competencia.

MOTIVO

Trabajando correctamente la calidad de tus propuestas podrás construir un sello que te diferencie del resto y disminuir las posibilidades de fracasar.

EJEMPLO

Kia y Hyundai se destacan en el mercado automotor por ofrecer generación tras generación mejores productos en los distintos segmentos en los cuáles participan.

4. CONVENIENCIA



CUARTO FACTOR

Define las razones para que tus clientes compren tus propuestas de productos y servicios describiendo los beneficios que obtendrán al adquirirlos.

MOTIVO

Crear todos los argumentos para convencer a tus clientes de los beneficios que ganarán al comprar tu oferta de valor y que no encontrarán en otro competidor.

EJEMPLO

La cadena de supermercados más grande del mundo Walmart ofrece a sus clientes los precios más bajos para la compra de mercaderías y artículos para el hogar en todos los países que están presentes.

5. MARCA / STATUS



QUINTO FACTOR

Es importante que puedas crear una marca alrededor de tu negocio qué los consumidores puedan reconocer, admirar y desear para generar más ventas.

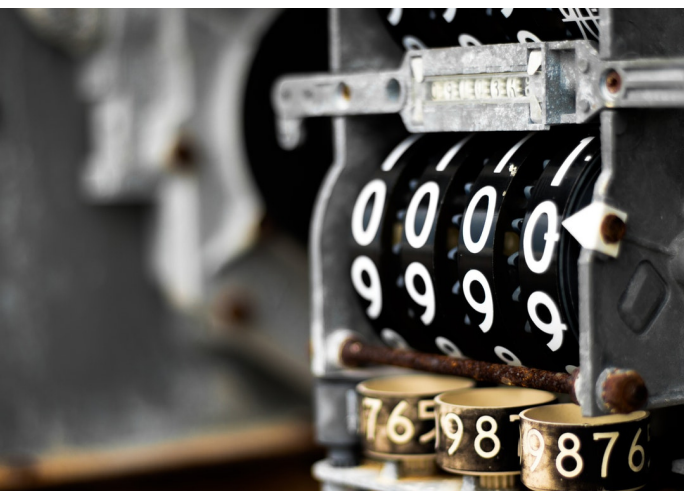
MOTIVO

Al tener una marca potente y reconocida por las personas te servirá para crear nuevas propuestas de productos y servicios que tendrán el respaldo de una marca que ya está en la mente de tus clientes.

EJEMPLO

Los relojes Rolex, los vehículos Toyota o los jeans Levis, son un reflejo de lo importante que es crear una identidad de marca.

LISTA DEL 1° AL 5° DE LOS 10 FACTORES PARA ARMAR UNA PROPUESTA DE VALOR



1. PRECIO

Define el tipo de cliente que vas a atender para desarrollar propuestas que amen.



2. NOVEDAD

La característica que hace que tu propuesta sean novedosa y única en el mercado.



3. CALIDAD

Ofrece más calidad que tu competencia por el dinero que pagarán tus clientes.



4. CONVENIENCIA

Describe los beneficios que ofrecerás para que tus clientes te valoren.



5. MARCA / STATUS

Desarrolla una marca que sea deseada por tus clientes y que te permita crear nuevas propuestas de valor.



MARCELO ALFARO M

PROPUESTA DE VALOR

PARTE 2



Los emprendedores que logran triunfar con sus negocios son aquellos que trabajaron detalladamente cada una de sus propuestas de productos y servicios pensando siempre en cómo satisfacer de mejor forma los gustos e intereses de sus clientes.



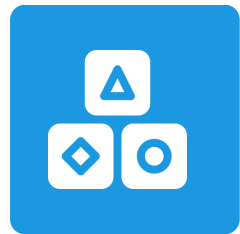
Una manera sencilla para que puedas elaborar una propuesta de valor atractiva y deseada por tus clientes es trabajar los 10 factores presentes en esta publicación que te ayudarán en el camino hacia el éxito.



Empresas como L'Oréal invitan a las mujeres a sentirse más seguras y atractivas al utilizar los diferentes productos que tienen disponibles para este segmento.

PROPUESTA DE VALOR

PARTE 2



En esta parte del contenido nos centraremos en la lista del 6° al 10° factor para crear una oferta de valor atractiva para tus clientes que esté alineada a sus gustos e intereses.



Las personas funcionamos en base a nuestros sentimientos y sensaciones para establecer razones que justifiquen alguna compra que realicemos.

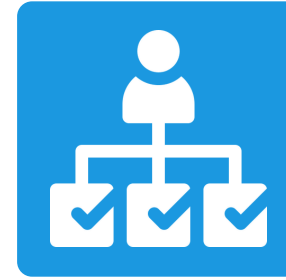


Al desarrollar una propuesta de valor debemos crear distintos argumentos que nos ayuden a que más personas prefieran nuestra oferta y se conviertan en nuestros clientes.



A continuación te presentamos la lista del 6° al 10° factor que debes trabajar para tener una propuesta de valor ganadora:

¿CÓMO ARMAR UNA PROPUESTA DE VALOR? DESCUBRE LA RECETA



6. Desempeño



7. Reducción de Riesgo



8. Reducción de Costos



9. Diseño



10. Personalización

6. DESEMPEÑO



SEXTO FACTOR

Un factor que debes trabajar es el rendimiento que desarrollarán tus propuestas al momento que sean utilizadas por tus clientes.

MOTIVO

Es uno de los factores más importantes de compra para clientes racionales que buscan sacar el máximo provecho por el precio que están pagando por el producto o servicio que piensan adquirir.

EJEMPLO

Empresas cómo Quix destacan en sus publicidades la cantidad de artículos que puedas lavar con solo una botella de sus productos.

7. REDUCCIÓN DE RIESGO



SÉPTIMO FACTOR

Debes ofrecer garantías a los productos y servicios que desarrolles para que tus clientes reduzcan el riesgo de comprar en tu negocio.

MOTIVO

Las personas compran cuando están seguros que son productos y servicios de calidad y cuando no tienen esas garantías prefieren no realizar la compra.

EJEMPLO

Chery la marca de automóviles chinos a garantizado de por vida los motores de sus modelos con la intención de asegurar a sus clientes chilenos que contarán con servicio post-venta por muchos años.

8. REDUCCIÓN DE COSTOS



OCTAVO FACTOR

Crea argumentos que demuestren que tu oferta de valor les permitirá ahorrar dinero a tus clientes.

MOTIVO

Tu cliente debe conocer cómo tu propuesta de valor le permitirá ser más eficiente y reducir el nivel de gastos que tiene en cada una de sus actividades empresariales.

EJEMPLO

Google, Facebook o LinkedIn muestran el bajo costo y alto alcance que obtendrán tus campañas publicitarias en sus plataformas digitales en comparación con la publicación en medios tradicionales como radio o televisión.

9. DISEÑO



NOVENO FACTOR

Un factor a considerar es el diseño que desarrollarás para tus propuestas y que te permitirán diferenciarte de la competencia de manera brutal.

MOTIVO

En muchos mercados es el factor clave a la hora de preferir una marca sobre otra ya que las personas buscan productos y servicios que se ajusten a su estilo de vida.

EJEMPLO

Esto lo tienen muy claro Starbucks en el mercado de cafeterías, Apple en la tecnología y Mercedes Benz en la industria automotriz.

10. PERSONALIZACIÓN



DÉCIMO FACTOR

Busca la forma de adaptar tu oferta al gusto de tus clientes con la intención de entregar el mayor grado de personalización que sea posible.

MOTIVO

La personalización permite que tus clientes sean parte del proceso de creación de tus propuestas adaptándose a sus gustos y forma de hacer las cosas.

EJEMPLO

Nike y Adidas permiten que sus clientes puedan configurar a su gusto las zapatillas eligiendo el color, material y mensajes que las harán únicas en el mercado.

LISTA DEL 6° AL 10° DE LOS 10 FACTORES PARA ARMAR UNA PROPUESTA DE VALOR



6.DESEMPEÑO

Realza el rendimiento de tu oferta para ser la mejor alternativa en el segmento.



7.REDUCCIÓN DE RIESGOS

Ofrece garantías a tus clientes para que estén más seguros de realizar la compra.



8.REDUCCIÓN DE COSTOS

Argumenta porque tus propuestas les ahorrarán tiempo y dinero a tus clientes.



9.DISEÑO

Desarrolla un diseño que cautiven a tus clientes con tan sólo una mirada.



10. PERSONALIZACIÓN

Permite a tus clientes elegir cómo quieren que sean los productos y servicios que te compren.



MARCELO ALFARO M

LOS 10 FACTORES PARA ARMAR UNA PROPUESTA DE VALOR



1. Precio



2. Novedad



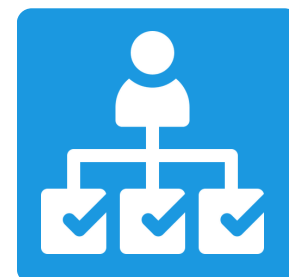
3. Calidad



4. Conveniencia



5. Marca / Status



6. Desempeño



7. Reducción del Riesgo



8. Reducción de Costos



9. Diseño



10. Personalización

MARCELO ALFARO M.

CREADOR DIGITAL



PROPÓSITO

Qué mis conocimientos, éxitos y fracasos sirvan para que más personas tengan la empresa de sus sueños.



EXPERIENCIA

Desde el año 2013 me he dedicado a trabajar en áreas de marketing y emprendimiento digital.



ESTUDIOS

Ingeniero Comercial, Máster en Marketing, Cursos de Marketing Digital y Publicidad en Internet.

Aalbrand



PRÓXIMO EBOOK



Conoce 8 fuentes de ingresos que puedes utilizar para hacer crecer tu negocio.



Sigue aprendiendo más sobre el marketing y los negocios con nuestros contenidos gratuitos.



Aalbrand