

5 EJEMPLOS Y 3 CLAVES PARA DISEÑAR LA PROPUESTA DE VALOR DE TU EMPRESA¹

Independientemente del tipo de mercado al que te diriges, del producto o servicio que ofreces hay dos cosas que son claves para alcanzar el éxito de tu negocio: clientes y propuesta de valor.

¿Te gustaría convertir en clientes a muchas más personas? ¿Emplear un gancho irresistible para despertar la curiosidad en las personas que visitan tu empresa, miran tu escaparate o visitan tu web?

Solo lo lograrás si consigues diseñar, transmitir y ofrecer el valor que te diferencia del resto de ruido (competencia) que ofrece el mercado... así que ¡estás de suerte! porque en este post, vamos a ver qué es una propuesta de valor y algunas herramientas de marketing online que te ayudarán a transmitirla correctamente:

- La definición y características de la propuesta de valor de tu empresa.
- Las claves que te dirán cómo desarrollarla.
- Ejemplos de propuestas de valor de empresas conocidas.

Si te parece interesante, empezamos...

PUNTOS CLAVE PARA TRANSMITIR LA PROPUESTA DE VALOR DE UNA EMPRESA

Propuesta de valor es explicar a tu cliente por qué te debe comprar a ti y no a tu competencia– tutéalo Cuando transmites a un cliente la oportunidad de negocio o el valor que ofrece tu empresa, analiza en su subconsciente dos cosas:

- Los beneficios que aportas.

¹ <https://www.nextprofit.com.ve/5-claves-y-3-ejemplos-para-de-propuesta-de-valor/>

- Lo que le cuestas.

Si lo primero supera a los segundo, en su mente se creará la percepción de que tu empresa, producto o servicio, merece la pena. Si ocurre al revés, y el coste supera a lo que vas a aportarle, no te comprará, porque ha fallado la pata fundamental de tu modelo de negocio. Así de sencillo.

Por tanto, una buena propuesta de valor debe transmitir lo siguiente:

- Cómo tu empresa, producto o servicio resuelve el problema o necesidad de tu cliente.
- Qué beneficios debe esperar el cliente de tu servicio.
- Por qué te debe elegir a ti y no a tu competencia. Cuál es tu valor diferencial.

Y un error típico es confundir la propuesta del valor que aportas, con un eslogan, pero NO es lo mismo.

“Just do it” (Solo hazlo) de Nike o “compartida la vida es más” de Movistar, no son propuestas de valor, son eslóganes, pegadizos, pero eslóganes.

LAS 3 CLAVES PARA DESARROLLAR UNA PROPUESTA DE VALOR IRRESISTIBLE

La ventaja de saber cómo transmitir el valor que posees, es que te vale tanto en el ámbito laboral, como en el personal.

Imagina ese adolescente de instituto al que le gusta una persona. Si entre más de 100 alumnos de su misma edad, quieres que esa otra persona se fije en ti, deberás ser capaz de demostrar cuáles son tus virtudes y por qué debería elegirte a ti. Lo mismo ocurre con una empresa, que compite en un mercado y quiere atraer más clientes. Deberá ingeniárselas para demostrar qué ofrece, y qué le diferencia del resto de la competencia. Vamos a ver en 3 pasos, cómo construimos esa propuesta para transmitir nuestro valor y que nos haga ganadores:

IDENTIFICA LOS PUNTOS CLAVE DE LA PROPUESTA DE VALOR DE TU EMPRESA PARA EL CLIENTE

¿Cómo hacemos eso?, muy fácil, siguiendo estos pasos.

1. Identifica tu cliente objetivo. Cuando tenemos una idea de negocio innovadora, lo primero es identificar a tu cliente objetivo, tus Early Adopters. Te remito a este post sobre los Early Adopters. Si tu empresa está consolidada, tendrás un mayor conocimiento de los clientes principales de tu negocio. De cualquier manera, escribe quién y cómo es tu cliente objetivo. A nosotros nos da buenos resultados, emplear el canvas de Early Adopters. Puedes descargarlo en pdf aquí.

2. Haz una lista de los beneficios y del valor que tu producto aporta a tus clientes. Por ejemplo, algunos de los beneficios que aporta la metodología de Innokabi son:
 - Reducción de riesgo a la hora de lanzar un proyecto innovador
 - Ahorro de costes
 - Ahorro de tiempo
 - Te guiamos paso a paso para lanzar tu proyecto innovador.

3. Qué hace diferente tu propuesta de negocio del de la competencia. En el caso de Innokabi, nuestro diferencial es:
 - Somos emprendedores y aplicamos la metodología Lean Startup desde nuestra propia experiencia.
 - Hemos desarrollado proyectos innovadores en diferentes sectores.
 - Tenemos una gran experiencia tanto nacional como internacional.

CÓMO TRANSMITIR EL VALOR DE TU PRODUCTO O SERVICIO A TUS CLIENTES

Con la información del punto anterior, es sencillo elaborar una propuesta del valor de tu negocio, en la que se cumplan estos 3 puntos:

1.
 - Debe ser clara y fácil de entender. En general, no valen tecnicismos ni cosas raras, a no ser que tu mercado sean físicos cuánticos o un sector muy especializado.
 - Comunica claramente qué va a obtener el cliente con tu producto o servicio.
 - Explica qué te diferencia de la competencia
 - Cuanto más breve, mejor.

ELEMENTOS QUE COMPONEN LA OFERTA DE VALOR DE TU NEGOCIO



Según la infografía anterior de Neil Patel (quicksprout), los principales elementos para transmitir el mensaje son estos:

1.
 - Un título, que describa el beneficio que ofreces al cliente.

- Un subtítulo, donde detallas brevemente lo que ofreces, a quién y por qué.
- Tres puntos con los beneficios o características de tu producto o servicio.
- Un elemento visual (vídeo o imagen), que amplíe tu mensaje.

Personalmente, opino que con los 2 primeros es suficiente, pero por ejemplo, en una landing page, es muy interesante poner los otros dos también.

ALGUNOS EJEMPLOS DE PROPUESTAS DE VALOR DE EMPRESAS REALES

Ver ejemplos concretos es ilustrativo para ayudarte a diseñar la tuya. En este apartado, te mostro cómo transmiten o no, su valor, algunas empresas conocidas. En los comentarios del post, podemos discutir qué te parecen, ¿ok?

VALOR QUE APORTA SODA STREAM

sodastream
your home soda factory

Home | ¿Quiénes somos? | Como funciona | Productos | Ecológico | Puntos de Venta | Comprar on-line

Registra tu Soda Stream | FAQ | Contacto

Pure Gold
Edición Limitada Oro
La cumbre del diseño

Karim edition

¿Quiénes somos?
Como funciona
Productos
Ecológico

Aprende qué fácil y divertido es usar sodastream. click aquí para ver el video »

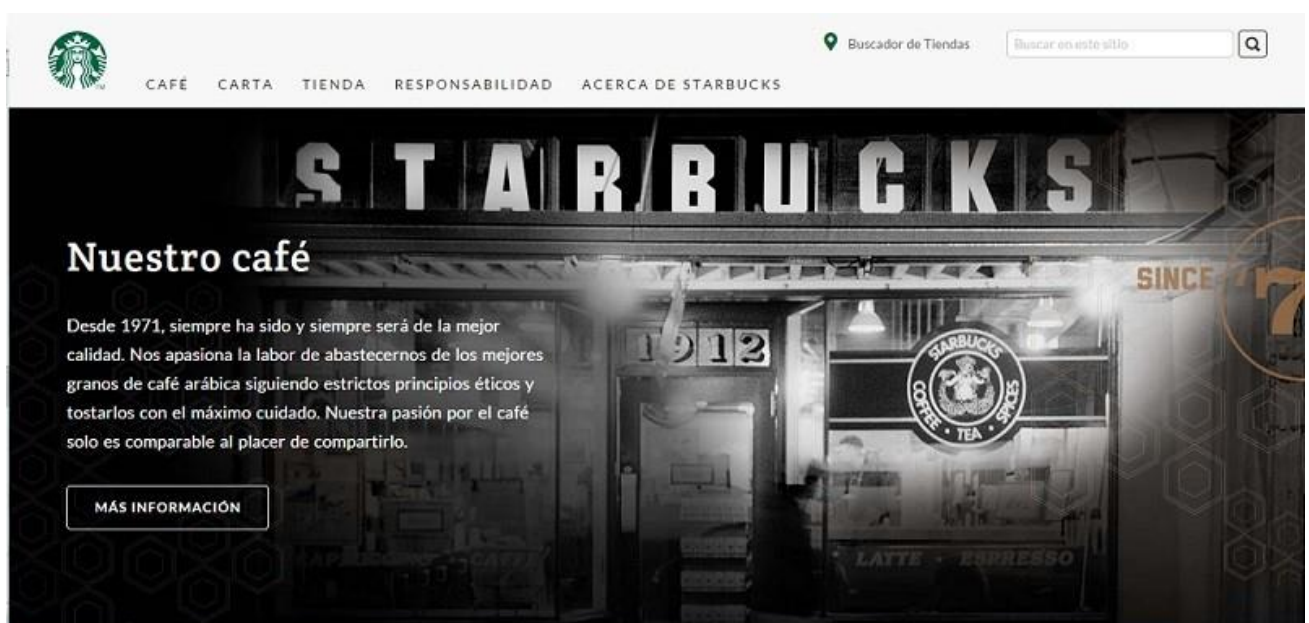
Soda Stream, es una empresa que ofrece una máquina para crear refrescos carbonatados en tu propia casa. Frente a la propuesta de valor de Pepsi o de CocaCola, Soda Stream fundamenta el aporte de valor de su producto en los siguientes puntos.

- Tu fábrica de refrescos en casa
- Ecológico y respetuoso con el medio ambiente (dicen que ahorras 2.000 botellas/año). La home transmite ese concepto con la flor, la casita hecha de hierba, la palabra PURE en la botella..
- Fácil y divertido de usar. Cualquier miembro de la familia lo puede hacer. Por eso aparecen los 4 miembros de la familia, desde la niña más pequeña hasta los padres...
- También para los niños. Con esas botellas adaptadas a ellos, con colores vistosos.

Sin duda, han buscado diferenciarse del resto de bebidas creando una marca con una oferta de valor diferente al resto de fabricantes de refrescos. Saltó a la luz con un anuncio que puso en jaque a las grandes empresas del sector, Pepsi y CocaCola. El anuncio que puedes ver a continuación eliminaba botellas de la competencia con cada uso de la máquina de Soda Stream.

Tanto Pepsi como CocaCola interpretaron que el anuncio de Soda Stream, era ofensivo hacia el resto de marcas. De ahí la petición de su retirada.... Puedes ver el vídeo a continuación y analizar si realmente, la denuncia tiene o no fundamento... ¿Me lo cuentas en los comentarios?

PROPUESTA DE VALOR DE STARBUCKS



La propuesta de valor de Starbucks se basa en crear una experiencia en torno al consumo de café, e integrarlo en la vida diaria de sus clientes. Los 3 factores fundamentales, de su propuesta de valor, que han sido los pilares de su estrategia empresarial y de marketing son:

- El café: Controlan la mayor parte de la cadena de suministro: cultivo, tostado y distribución.
- El servicio: Trato personalizado e intimidad con el cliente.
- El ambiente: Locales acogedores, ambiente informal, tranquilo, con música suave y wifi.

En resumen, la propuesta de valor de Starbucks es crear una experiencia alrededor del consumo del café y así han logrado transmitirla para convertirse en referentes en su sector.

Aunque ya no transmiten con claridad esos tres pilares en su web, es algo en lo que han invertido mucho esfuerzo para que quede claro en la mente del consumidor. Lógicamente, una vez que todo el mundo conoce una marca, ya se pueden transmitir otras cosas en la web, en la publicidad o en las campañas de marketing de la empresa.

QUÉ APORTA INSTAGRAM

El valor que aporta a sus clientes, la conocida red para compartir fotos y vídeos, queda perfectamente definida en su web. En un párrafo corto, con una imagen representativa de la aplicación, consiguen transmitir todo el valor que aporta su aplicación a los usuarios. Sin duda, un claro ejemplo de cómo transmitir el beneficio que aporta tu empresa de una manera muy clara.



Hay tres puntos a destacar en esta web de Instagram.

- El título transmite exactamente el valor que aporta la app.
- El texto es corto, pero te explica cómo funciona la aplicación a la perfección y además menciona también el valor de poder filtrar fotos y vídeos.
- Y por supuesto, la palabra gratis es sin duda un reclamo muy potente.

Un buen ejemplo de cómo transmitir todo lo que aporta tu producto o servicio a tu cliente.

PROPUESTA DE VALOR DE OXXO

Me ha parecido interesante poner este ejemplo de la cadena de tiendas de 24 horas de Oxxo. Es la séptima cadena de este tipo de servicio más grande en América Latina. A pesar de que su home es una maraña de servicios porque venden desde bebidas y refrescos hasta telefonía y servicios, transmite precisamente eso: Que puedes contar con ellos para cualquier cosa y a cualquier hora.

Quiénes Somos OXXO inmuebles Responsabilidad Social Oportunidades de empleo Factura electrónica Proveedores Contáctanos Buscar

¿Hoy que se arma? **20%** de disc. en todas las botanas en la compra de \$60 o más en botanas

ALGUNOS EJEMPLOS:

| COMPRAS | AHORRAS | PAGAS |
|---------|---------|-------|
| \$60 | \$12 | \$48 |
| \$80 | \$16 | \$64 |
| \$100 | \$20 | \$80 |
| \$150 | \$30 | \$120 |
| \$200 | \$40 | \$160 |

los 365 días del año

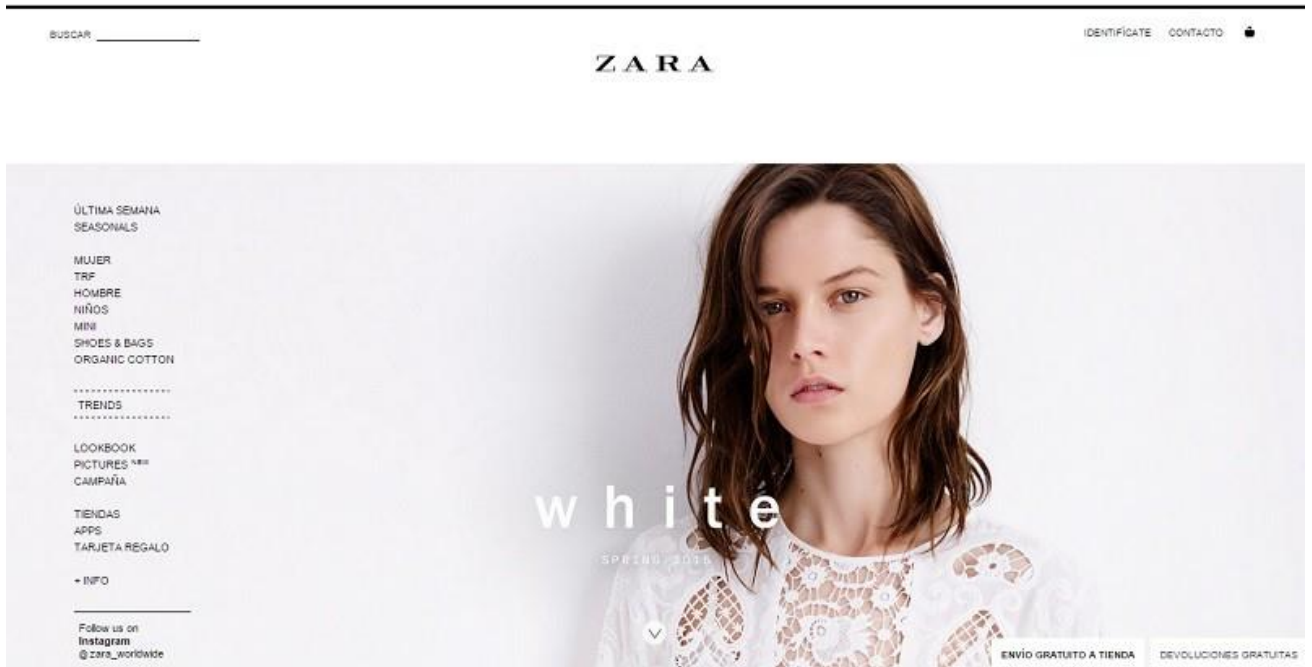
andatti
NUESTRAS MARCAS

El valor que transmite Oxxo es el siguiente:

- Abren las 24 horas del día, los 365 días al año.
- Cualquier cosa que necesites en tu día a día te lo pueden ofrecer.
- Ahorras dinero comprando en sus tiendas

PROPUESTA DE VALOR DE ZARA

Y para terminar un caso en el que ya no es necesario transmitir la propuesta de valor en tu web, porque la marca es mundialmente conocida. Como puedes ver en la siguiente web, ya no aparece la propuesta de valor de Zara. Se limitan a transmitir el diseño, la sobriedad y el catálogo de productos de la marca, de manera que queda patente el valor que aporta.



La propuesta de valor de Zara, es ofrecer ropa de calidad a un precio asequible. Zara ha sabido transmitir y fundamentar su estrategia empresarial, para conseguir ofrecerlo a sus clientes. Su estrategia se basa en captar las tendencias del mercado y adaptar sus diseños a ellas con la rapidez de una empresa pequeña. La gestión de stocks, la política de envío de producto y sobre todo, lo que más sorprendente es que no gastan en publicidad. Lógicamente, Zara es solo una marca de Inditex, pero tiene otras y cada una de ellas orientada a un público diferente, como Bershka o Massimo Dutti.

La propuesta de Bershka se basa en el precio porque está enfocada a un público más joven, mientras que el valor de Massimo Dutti, hace mucho más énfasis en la calidad y menos en el precio, porque su público objetivo también es diferente.

EN RESUMEN

El valor de un negocio, empresa o startup siempre debe estar basado en los clientes y en cómo solucionamos o minimizamos, sus problemas. Si el cliente percibe, que lo que recibe a cambio de lo que va a pagar es suficientemente bueno, comprará y si no, no lo hará. Así de simple y así de complicado.

¿Conoces algún otro ejemplo interesante? ¿Necesitas desarrollar la propuesta de valor de un producto? ¿Necesitas transmitir el valor de tu negocio próximamente? Deja tu comentario y nos lo cuentas.

Si necesitas desarrollar la propuesta de valor de tu negocio, este curso online que hemos preparado te ayudará.