

CONSTRUYENDO UNA PROPUESTA DE VALOR PODEROSA



3E

MODELO
DE GESTIÓN PARA
EL EMPRENDIMIENTO

R
★
✎
RAÚL
SALGADO

CONSTRUYENDO UNA PROPUESTA DE VALOR PODEROSA



En el mundo empresarial actual, construir una propuesta de valor poderosa es fundamental para destacar entre la competencia y captar la atención de los clientes. Una propuesta de valor bien trabajada define y comunica de manera clara y convincente cómo tu emprendimiento satisface las necesidades y deseos de tu mercado objetivo.

Para lograrlo debemos tener una hoja de ruta que nos lleve desde el entendimiento de lo que el cliente desea, hasta el desarrollo de estrategias que te diferencie en el mercado. Esta es una hoja de ruta que puedes seguir.

I. CONOCE TU MERCADO Y A TUS CLIENTES

Antes de desarrollar una propuesta de valor sólida, es importante comprender completamente las necesidades y los deseos de su mercado objetivo. Realice una investigación exhaustiva para averiguar qué problemas o problemas pueden enfrentar sus clientes y cómo su empresa puede hacer algo diferente y trabajar mejor para resolverlos. Analice la competencia y busque huecos en el mercado que se puedan explotar.

Para poder entender a tus clientes y conocer cuales son sus problemas, dolores y frustraciones puedes utilizar alguno de estos instrumentos:

- **Análisis del mapa de experiencia del cliente:** Este instrumento te permite analizar y comprender los diferentes momentos donde el cliente toma contacto con tu negocio y califica la experiencia vivida.
- **Mapa de empatía:** es una herramienta visual que te ayuda a comprender las necesidades, deseos, pensamientos y emociones de tus clientes objetivo. Utiliza esta herramienta para ponerte en el lugar de tus clientes, comprender sus motivaciones y entender

cómo tu producto o servicio puede resolver sus problemas y satisfacer sus necesidades de manera efectiva.

- Lienzo de la propuesta de valor: también conocido como Canvas de Propuesta de Valor, te permite resumir y analizar los componentes claves de tu propuesta de valor. Fue desarrollado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur como parte de la metodología del lienzo de modelo de negocio. El lienzo de la propuesta de valor se divide en dos secciones principales: el Perfil del Cliente y el Mapa de Valor.

El mapa de empatía se vincula estrechamente con el lienzo de la propuesta de valor, al comprender las necesidades, deseos y emociones de tus clientes objetivo a través del mapa de empatía, puedes desarrollar una propuesta de valor más precisa y centrada en sus necesidades reales.

El lienzo de la propuesta de valor, que incluye elementos como segmentos de clientes, problemas que resuelves, soluciones que ofreces, ventajas competitivas y canales de distribución, se nutre de la información recopilada a través del mapa de empatía. Te permite organizar y ver cómo tu propuesta de valor se alinea con las necesidades y deseos de tus clientes, y cómo se destaca en el mercado en comparación con tus competidores. En el encaje, finalmente defines tu propuesta de valor, sustentada con información recogida del cliente.

- Análisis FODA: es una herramienta estratégica que te permite evaluar internamente y en el entorno externo de tu emprendimiento. Identifica las fortalezas y debilidades internas de tu negocio, así como las oportunidades y amenazas del mercado. Esta información te ayudará a construir una propuesta de valor enfocada en tus fortalezas y oportunidades competitivas.

- **Benchmarking competitivo:** implica analizar y comparar tus productos, servicios y estrategias con los de tus competidores directos. Examina cómo se están posicionando y comunicando tus competidores y encuentra formas de diferenciarte de ellos. Esto te permitirá desarrollar una propuesta de valor única y relevante en el mercado.
- **Matriz de Perfil Competitivo y referencial:** Esta herramienta te permite recoger las actividades consideradas claves por los clientes y compararte con la competencia, de esta manera no sólo ves el negocio desde adentro, sino que ahora tienes una perspectiva desde la posición del cliente. Esta herramienta también le permite comparar con empresas líderes y ver si el camino elegido es el correcto.
- **Prueba de concepto y simulaciones:** Si es posible, cree pruebas de concepto o ilustraciones de su producto o servicio. Estos primeros lanzamientos le permiten obtener comentarios directos de los clientes y realizar cambios antes de lanzar el producto o servicio final. Esta información te ayudará a mejorar y mejorar tu presentación. Un producto de trabajo pequeño (MVP) es una forma económica de poner a prueba su creatividad.

II. DEFINE TU PROPUESTA DE VALOR

- Describa los principales beneficios y soluciones que su empresa ofrece a los clientes. Estos beneficios deben ser significativos, tangibles y superiores a los de los competidores. Considere factores como la calidad, el precio, la conveniencia, la personalización, el servicio al cliente o la experiencia. Estos beneficios deberían eliminar las molestias, el dolor y el estrés que ha experimentado al ponerse en el lugar del cliente.
- Crea ofertas especiales para diferentes segmentos de clientes. Sepa que cada grupo objetivo puede tener diferentes necesidades y

comportamientos, y ajuste sus criterios en consecuencia. Asegúrese de que cada oración sea clara, concisa y fácil de entender para sus clientes potenciales.

- Use un lenguaje claro y convincente para comunicar el valor de su negocio. Evite detalles técnicos o detalles innecesarios y concéntrese en cómo tu producto o servicio resuelve los problemas de tus clientes. Muestra las principales ventajas y cómo se diferencia de otros métodos disponibles en el mercado.

III. DEMUESTRA CON HECHOS

- Los testimonios y reseñas de clientes satisfechos son herramientas poderosas para respaldar su valor. Recopile evidencia real que demuestre cómo su startup ha tenido un impacto positivo en la vida de sus clientes o negocios. Utilice esta prueba social para generar confianza en su propuesta de valor.
- Si es posible, destaque las historias de éxito en las que su negocio haya generado resultados positivos para los clientes. Proporcione estudios de casos detallados que demuestren cómo su producto o servicio resolvió problemas y proporcionó beneficios medibles. Esto respaldará su calidad y demostrará sus conocimientos y habilidades.

IV. ESCUCHA AL CLIENTE

Construir una propuesta de valor sólida es un proceso continuo. Al interactuar con sus clientes y obtener comentarios, puede mejorar y mejorar su propuesta de valor. Escuche sugerencias, comentarios y cambios en las necesidades de sus clientes y realice cambios. La flexibilidad y la capacidad de respuesta son clave para mantener su valor a lo largo del tiempo.

Para entender mejor, examinemos la importancia de Inca Kola: "El sabor del Perú". Esta empresa ha construido una propuesta de valor basada en su

identidad como una bebida emblemática del Perú. Su enfoque en ofrecer un sabor único y auténtico, relacionado con la cultura peruana, ha resonado en los consumidores y ha contribuido a su éxito y reconocimiento en el mercado.

Algunas razones que han convertido esta propuesta de valor en parte de la vida de los peruanos:

- **Identidad cultural:** Inca Kola ha logrado posicionarse como una bebida emblemática del Perú al enfocarse en su identidad cultural. Su sabor distintivo y su relación con la tradición y la cultura peruana la diferencian de otras bebidas en el mercado. Esta propuesta de valor poderosa evoca un sentido de orgullo nacional y conecta emocionalmente con los consumidores peruanos.
- **Sabor diferente:** Inca Kola ofrece un sabor único e inusual que destaca por su dulzura y su color amarillo brillante. Esta diferencia ha sido la clave de su éxito, ya que proporciona un sabor único frente a otras bebidas carbonatadas. La propuesta de valor surge de ofrecer a los clientes algo auténtico y diferente de lo que pueden obtener de otras marcas.
- **Romance y cultura:** Inca Kola supo crear una fuerte conexión con la nostalgia y la tradición. Muchos peruanos crecieron bebiendo Inca Kola y lo consideran parte de su infancia e historia personal. La marca ha aprovechado esto para crear una fuerte propuesta de valor que evoca recuerdos y emociones positivas en sus consumidores.

Para vincular esta propuesta de valor y fortalecerla a lo largo del tiempo, Inca Kola podría implementar las siguientes estrategias:

- **Promoción de eventos culturales:** La marca puede asociarse con eventos y celebraciones culturales en Perú para resaltar su

conexión con la identidad nacional. Patrocinar festivales, conciertos o exposiciones que destaquen la cultura peruana fortalecerá la percepción de Inca Kola como un símbolo auténtico y arraigado en la tradición.

- Campañas de marketing emocionales: Inca Kola puede crear campañas de marketing que apelen a las emociones y a la nostalgia de los consumidores peruanos. A través de mensajes y anuncios que resalten momentos especiales y la conexión emocional que tienen los consumidores con la marca, se refuerza la propuesta de valor y se establece un vínculo más profundo con la audiencia.
- Colaboraciones estratégicas: Inca Kola puede asociarse con otras marcas o restaurantes reconocidos en Perú para crear colaboraciones especiales que combinen su sabor único con platos tradicionales de la gastronomía peruana. Esto ayudaría a conectar la importancia de Inca Kola con la cocina peruana y fortalecer su imagen real.
- Participación en redes sociales: Inca Kola puede aprovechar las redes sociales para conectarse con los clientes y crear una comunidad en línea. Compartir contenido relacionado con la cultura peruana, historias de clientes y promociones únicas fortalecerá la conexión emocional con la marca y mantendrá la importancia del concepto en la mente de los consumidores.
- Desarrollar otras estrategias de comunicación dirigidas a resaltar la cultura de consumo de esta bebida en el mercado peruano.

Si creamos una propuesta de valor sólida, podemos obtener las siguientes ventajas sobre nuestros competidores que nos llevan un paso más allá:

- Permite que la empresa se destaque de la competencia. Al ofrecer algo que otros no pueden, una empresa puede atraer clientes que buscan la solución adecuada a sus necesidades o problemas.
- Crea relaciones emocionales con los clientes proporcionando beneficios y soluciones significativos. Esto puede proporcionar lealtad y retención a largo plazo a medida que los clientes obtienen valor y satisfacción de su relación con la empresa.
- Abre puertas a nuevas oportunidades de mercado. Al definir un nicho, una startup puede llegar a un público objetivo y capturar una participación de mercado que antes no estaba asegurada.
- Promueve el crecimiento y la expansión del negocio. Al aumentar las ganancias y la demanda de productos o servicios, una empresa puede aumentar las ventas, las ganancias y la participación de mercado.

Recuerden que:

- Si construimos una propuesta de valor sólida, clara y convincente se tienen mayores posibilidades de atraer inversores, clientes y generar un crecimiento sostenible.
- Las empresas con propuestas de valor diferenciadas tienen una ventaja competitiva sobre aquellas que ofrecen productos o servicios similares. La diferenciación puede ayudar a captar la atención de los clientes y generar lealtad hacia la marca.
- Las empresas que priorizan la experiencia del cliente y alinean su propuesta de valor con sus necesidades y deseos suelen obtener una mayor satisfacción del cliente y una mayor retención a largo plazo.

- Las empresas exitosas con propuestas de valor sólidas suelen invertir en innovación y mejora constante para mantenerse relevantes en un mercado en constante evolución. Después de aprender un poco sobre cómo crear una propuesta de valor fuerte y analizar sus pros y contras, ¿qué esperas para ver si tu propuesta de negocio cumple con estos requisitos?

Luego de conocer un poco más sobre como construir una propuesta de valor sólida y analizar sus ventajas y beneficios ¿Qué esperas para revisar si la propuesta de tu negocio cumple con estos requisitos?