

¿Qué es propuesta de valor ejemplo?

Un **ejemplo** de **propuesta de valor** sería aquel donde se parte de un título y un subtítulo. El primero para describir lo **que** haces y el segundo para explicar a quién se lo ofreces y si fuera preciso, por **qué** lo ofreces. Si fuera necesario, los beneficios o soluciones principales **que** aportas o resuelves.

La propuesta de valor de una empresa es aquello que resume de una manera sencilla y locuaz lo que haces y lo que ofreces, si eres capaz de expresar fácilmente lo que solucionas al público al que te quieres dirigir. En definitiva, explicar de una manera concreta, directa y correcta por qué deben usarte o comprarte a ti frente a tu competencia.

Ofrecer una propuesta de valor adecuadamente desarrollada permite a la persona entender rápidamente:

- Una o unas razones claras de porque comprarte o usarte
- Que diferencia le estás ofreciendo
- Que coste tiene la oferta que esa oferta

La propuesta de valor de una empresa debe conseguir que dicha razón de compra y la diferencia que le estás ofreciendo, supere al coste que le supone.

Si, por el contrario, la propuesta de valor de una empresa no refleja esa relación o ésta se invierte, no se conseguirá el efecto que en la propuesta de valor de una empresa se espera.

Debes entender que los usuarios están sujetos a multitud de estímulos, a una cantidad muy alta de ofertas y por tanto, resulta complicado que nos creamos los mensajes de las empresas a la primera. Una buena propuesta de valor de una empresa nos permite hacer “clic” o por el contrario, desconectar y hoy en día conectar con una propuesta de valor de una empresa, una vez que la hemos desechado, es complicado, por no decir tarea imposible.



Para que no exista desconexión hay que conocer muy bien al consumidor y saber qué beneficios le vas a aportar y que problemas le vas a solucionar, pero no quedarte ahí, potenciar todo esto con el cómo lo vas a hacer, que te va a hacer diferente de la competencia.

Pero debes tener en cuenta varios aspectos que pueden malograr la propuesta de valor de una empresa:

- Equivocarte de la persona a la que te diriges
- Potenciar diferencias que no son tales
- No especificar de forma concreta los beneficios que aportas
- No utilizar las palabras adecuadas (demasiados tecnicismos, por ejemplo)
- Formalizar una propuesta de valor demasiado pesada y larga
- Dejar elementos ambiguos
- Introducir demasiada información o información redundante.

Un ejemplo de propuesta de valor sería aquel donde se parte de un título y un subtítulo.

El primero para describir lo que haces y el segundo para explicar a quién se lo ofreces y si fuera preciso, por qué lo ofreces. Si fuera necesario, los beneficios o soluciones principales que aportas o resuelves.

¿Qué factores debo tener en cuenta para realizar una propuesta de valor?

Para la definición de la propuesta de valor no basta con sentarse delante de un cuaderno y escribir lo primero que se nos venga a la cabeza. No se trata de ser poético, se trata de ser efectivo. Es por eso por lo que antes de elaborar tu propuesta de valor debes tener en cuenta una serie de factores:



1. Precio. Es uno de los factores más importantes. Existe una gran cantidad de público muy susceptible a este factor. Si somos capaces de aportar el mismo valor a menor precio de la competencia, seguramente habremos ganado muchos clientes.
2. Algo nuevo siempre es mejor. Generar productos nuevos para necesidades de las que los consumidores no eran plenamente conscientes. Ejemplo: los *Smartphone*
3. La Calidad por encima de todo. No son poca las personas que prefieren invertir un poco más si saben que lo que adquieren es un producto de calidad superior al de la competencia.
4. Esto te conviene. Generar en el cliente la idea de que se le facilita la vida mediante la adquisición del producto o servicio en cuestión.
5. No admitas imitaciones. Que un producto o servicio sea de una marca determinada es hoy en día un factor determinante a la hora de elegir. Existen muchas marcas de refresco de cola, pero la mayoría acuden a la misma. Hay muchos modelos de *Smartphone*, pero ¿cuál es el gran deseado?
6. Menos riesgos. Se pone el acento en la garantía para evitar riesgos al adquirir el producto o servicio.

7. Menos costes. En mercados de venta de empresa a empresa o B2B, se acentúa la capacidad del producto o servicio para reducir los costes de producción de la empresa cliente.
8. No has visto un diseño parecido. Se enfatiza el hecho de que el producto cuenta con un diseño exclusivo, único, que no está al alcance de la competencia.
9. Es personalizable. Los productos y servicios personalizados, adaptados a cada cliente están funcionando muy bien, sobre todo en productos y servicios que se venden online.

¿Preguntas que debe contestarme antes de realizar una propuesta de valor?



Una vez repasados los factores, podemos formularnos una serie de preguntas que serán las que definitivamente nos den la respuesta para elaborar la propuesta.

1. ¿Cuál es nuestro público objetivo?

Debemos identificar a los clientes potenciales, realizar una descripción cuantitativa y cualitativa de los mismos. Debemos averiguar lo máximo posible sobre ellos para garantizar la efectividad de los mensajes que les enviemos.

2. ¿Resolvemos las necesidades de nuestros clientes?

Conociendo a los clientes, conoceremos sus necesidades y tendremos claro si nuestro producto o servicio resuelve sus problemas o necesidades.

3. ¿Cómo lo hacemos?

La manera de resolver dichos problemas también puede ser determinante a la hora de que un cliente se decida por un producto u otro.

4. ¿Cuál es nuestra filosofía?

Los valores de la empresa se trasladan a sus productos y servicios y pueden generar identificación de los clientes con los mismos.

5. ¿Quién es nuestra competencia?

Es una pregunta fundamental. El estudio de la competencia es clave para ser capaces de diferenciar la oferta propia de la de nuestros rivales.