

Apoderando Negocios

Plasmar, Crear, Fortalecer y Desarrollar



3 CLAVEs

- Saber a dónde va – sus metas
- Saber qué motiva sus clientes a comprar
- Tener certeza de sus precios



Objetivos SMART para su Negocio

- Saber a dónde va
- Escriba sus objetivos, siendo:
 - eSpecífico
 - Medible
 - Alcanzable
 - Relevante
 - con límite de Tiempo
- Considerar: Dinero, Clientes, Mercados, etc.



Cliente IDEAL

- ¿Qué MOTIVA SU cliente Ideal?
- deseos, anhelos, sueños, fantasías
 - Mi cliente DESEA
 - Mi cliente ANHELA
 - Mi cliente SUEÑA de
 - Mi cliente tiene FANTASÍAS de
- Cada frase plasma una **Proposición de Valor**
- O pregunte “¿**quién le importa?**” y “¿**por qué?**”



Marca: Valor Percibido

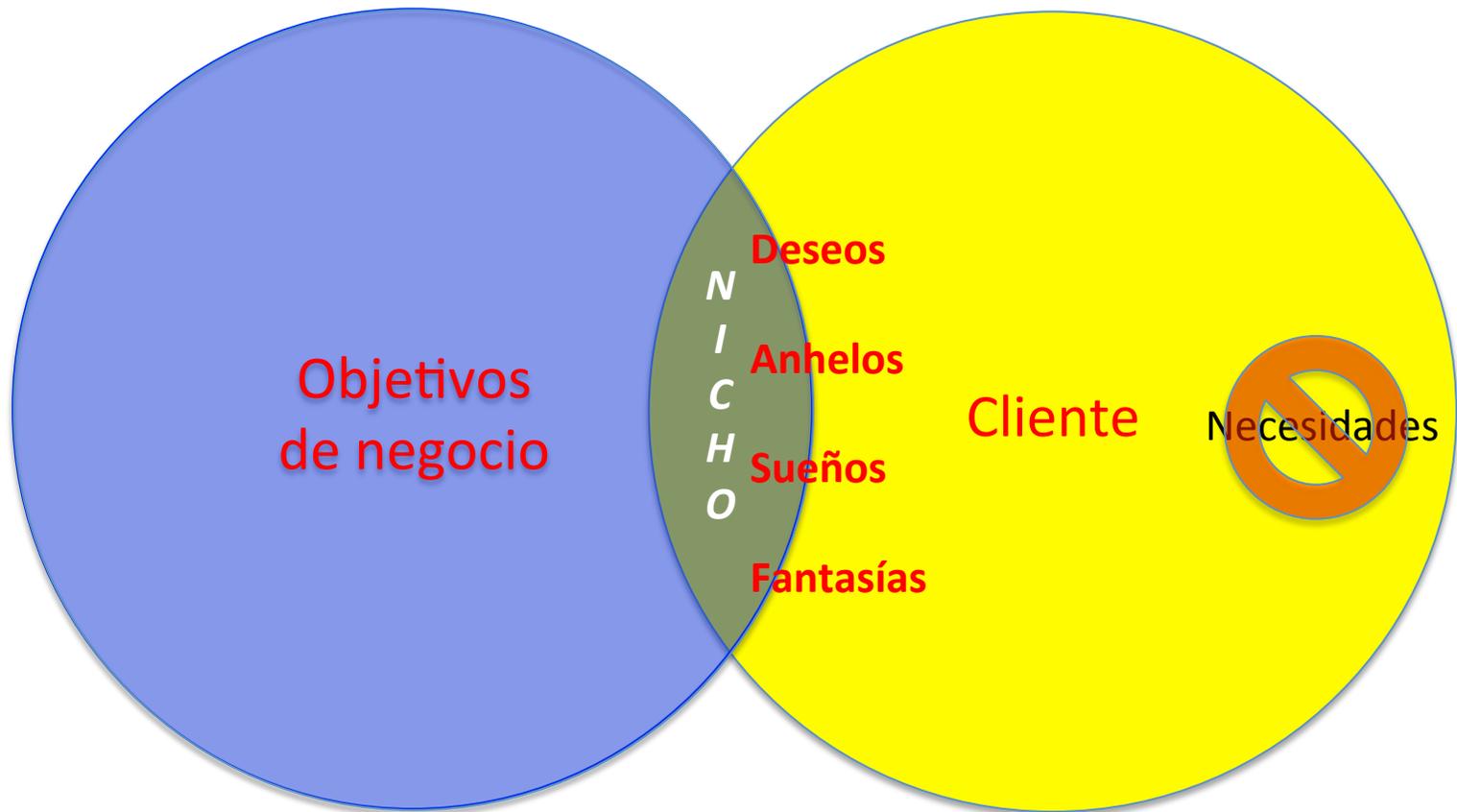
- Investigación de Doug Hall indica que Debe tener las 3 cosas para competir en VALOR
- Porque si no, no hay mas remedio que competir en PRECIO
- Proposición de Valor Unico
 - Beneficios Claros y explícitos Para el Cliente
 - Razones para creer
 - Diferencia Dramatica

¿¿¿Plan + Mercado = suficiente???

Plan de Negocio/
Objetivos de Negocio

Mercado:
deseos, anhelos,
sueños, Fantasías,
Necesidades
del cliente

¡Encuentre su nicho!

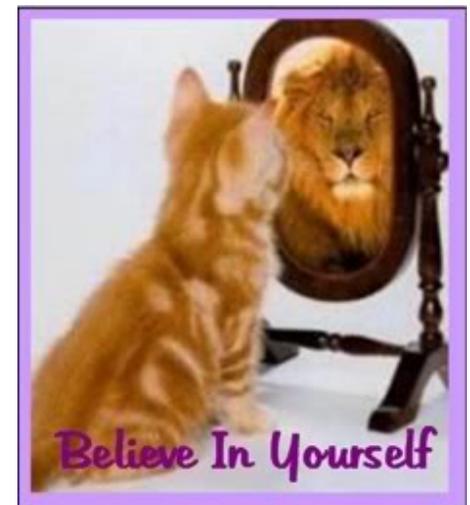




Éxito

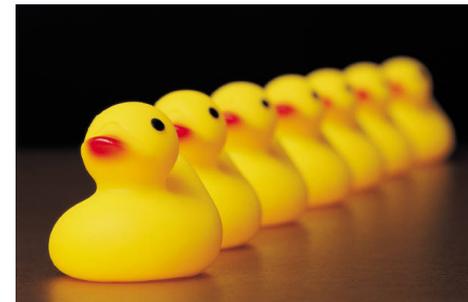
¡¡TENGA CERTEZA!!

- “Mis clientes nunca me pagarán mas por mi Producto/Servico que YO CREO que vale”
- Fundar su certeza sabiendo que sus **Proposiciones de valor** satisfacen los DESEOS, ANHELOS, SUEÑOS y FANTASÍAS del cliente.

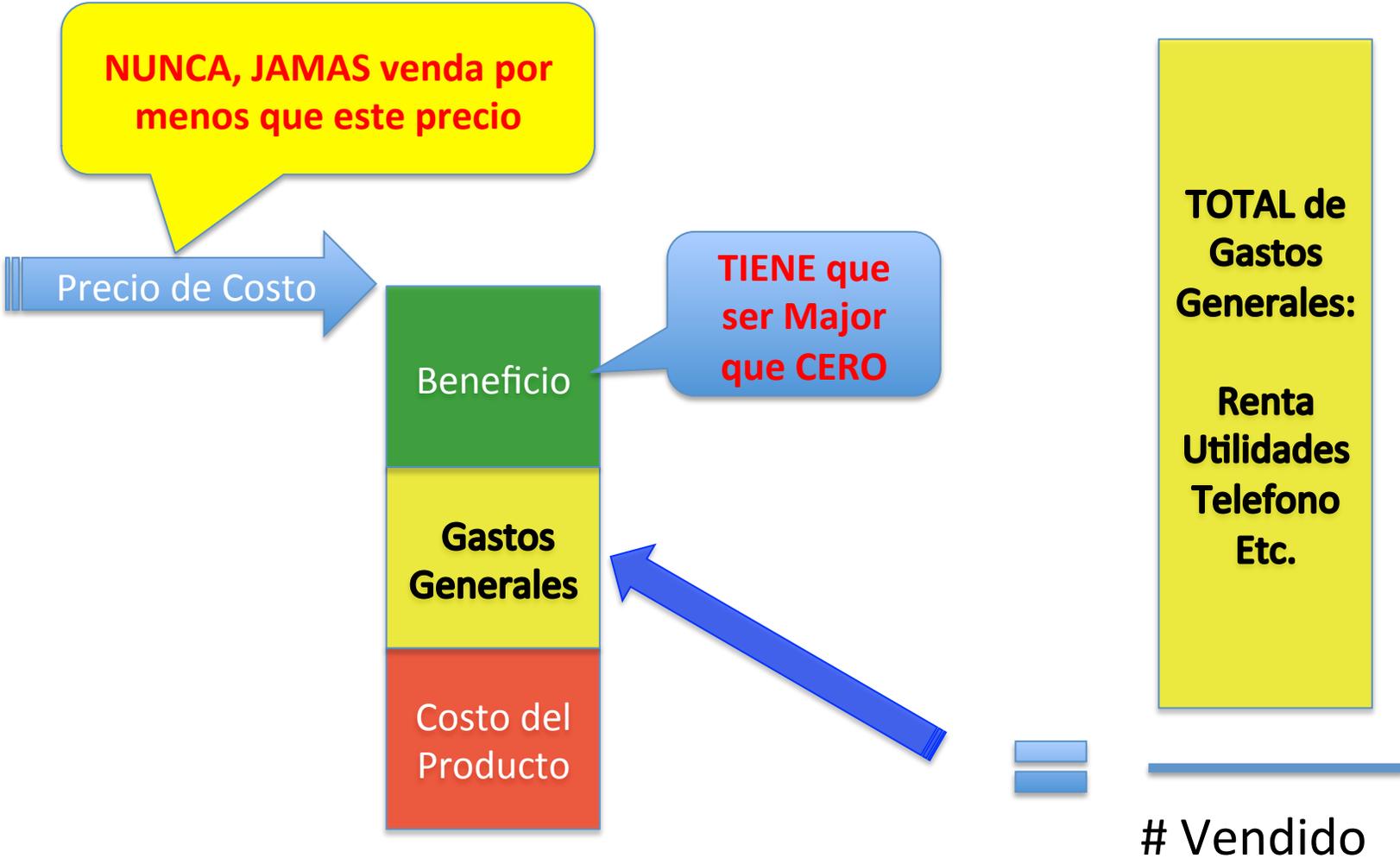


Estrategias de Precios

- Precio en base del Costo
 - TIENE que saberlo
 - NO debe usarlo
- Precio del Mercado o Precio en Google
- Precio Competitivo Local
- Precio de Marca Reconocida como Starbuck
 - Difícil de lograr
 - Aun debe ser su Meta



Precio en Base del Costo



¿¿Qué Debe Hacer??



Precio del Mercado

Precio de Costo

Sus OPCIONES:

1. Use precio como ventaja
2. **SUBE su Precio**

¿¿Qué Debe Hacer??



Precio de Costo



Precio del Mercado

Sus OPCIONES:

1. Entrar en Quiebra
2. BAJAR sus Costos
3. **AUMENTAR su VALOR** satisfaciendo Deseo\$, Anhelos\$, Sueños\$ y Fantasías\$ del cliente

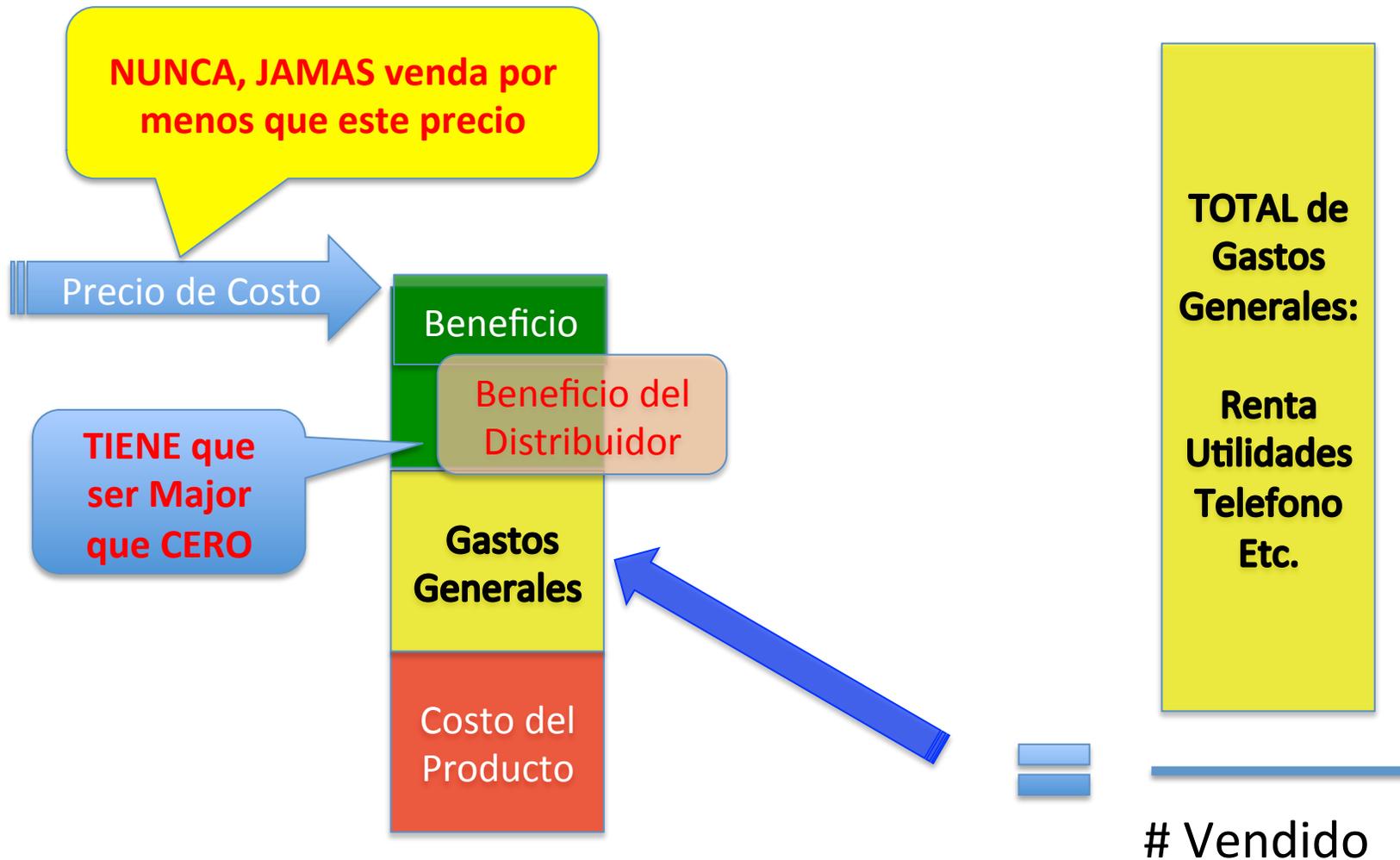


Recuerde los 3 CLAVES



- Saber a donde va
 - Objetivos SMART para el negocio, clientes, etc.
 - Concentrar en su Mercado Nicho
- Saber lo que MOTIVA a sus clientes
 - Deseos, Anhelos, etc = Propositiones de Valor
 - Valor Adecuado = MOTIVACIÓN para el cliente
- Tener Certeza
 - Motivación del cliente=precio e ingreso mas altos

Precio en Base del Costo Dist.



Aumento de Precio vs. Margen

