



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Lic. Víctor Gonzales salas

Capítulo 4.

Alumno:

Mario Alberto Juárez Amador

Materia:

Taller del emprendedor.

Tapachula, Chiapas, 02 de junio del 2020.

## Propuesta de valor



propuesta de valor tiene en un negocio, Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:

Recomendaciones

La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. Además, comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado y definir cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba (en términos del producto, de la empresa y de su modelo de negocio en general).

Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes. • Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas. • Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes. • Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia. • Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios. • Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

- Las marcas que establecen un estándar no siempre son marcas de lujo. Muchas marcas definen altos estándares de calidad en diferentes categorías. Es una proposición de valor envidiable y que funciona. • Los clientes invertirán en un producto o servicio de una empresa si éste ofrece algo diferente a lo de la competencia. Ese algo, mejor conocido como valor agregado, toma la forma de diferenciación en el producto o servicio (características diferenciales). • Un producto es diferenciado si los consumidores perciben que obtienen algo de valor que otros productos no ofrecen.