PROPÓSITO:

Comprender la dinámica del mapa de valor como estrategia para satisfacer las verdaderas necesidades del cliente.

MOTIVACIÓN:



https://guillermofm.com/propuesta-de-valor/

EXPLICACIÓN:

DISEÑANDO LA PROPUESTA DE VALOR... ENCAJE

Cuando diseñamos la propuesta de valor para este libro, nos esforzamos por encargarnos de algunos de los trabajos, frustraciones y alegrías más importantes que tienen los clientes y que no se abordan lo suficiente en los formatos de libros de empresa actuales.

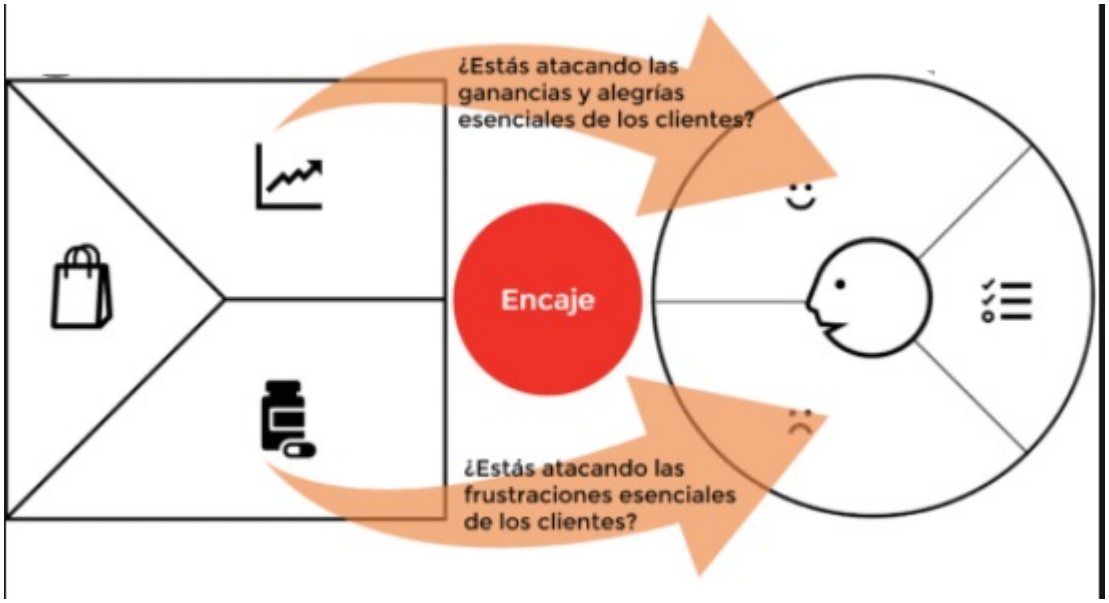
Al encaje se llega cuando los clientes se ilusionan con tu propuesta de valor, algo que ocurre cuando abordas trabajos importantes, alivias frustraciones extremas y creas alegrías esenciales para ellos. Como explicaremos a lo largo del libro, es difícil llegar a conseguirlo y también mantenerlo. Esforzarse por alcanzar ese objetivo es la esencia del diseño de la propuesta de valor.

Los clientes esperan y desean muchas cosas de los productos y servicios, aunque también saben que

no pueden tenerlo todo. Céntrate en las alegrías que les importan más y marca la diferencia.

Los clientes tienen un montón de frustraciones y ninguna empresa puede encargarse de todas ellas de manera razonable. Céntrate en los quebraderos de cabeza que sean más importantes y no se hayan abordado lo suficiente.

En tu propuesta de valor, tus clientes representan al juez, jurado y verdugo. Si no consigues el encaje, serán despiadados.



DESCARGAR SESIÓN ENCAJE

EJERCICIOS:

VERIFICA TU ENCAJE

Instrucciones

1. Ve a buscar el mapa de la propuesta de valor y el perfil del segmento de clientes que completaste antes. Revisa uno por uno los aliviadores de frustraciones y los creadores de alegrías y comprueba si encajan con algún trabajo, frustración o alegría del cliente. Pon una marca de verificación en los elementos que encajen.

2 Resultado: Si un aliviador de frustraciones o un creador de alegrías no encaja con nada, puede que no esté creando valor para el cliente. No te preocupes si no has verificado todas las frustraciones y alegrías, no se pueden cubrir todas. Pregúntate cómo encaja realmente tu propuesta de valor con el cliente.

Tres tipos de encaje

Buscar el encaje es el proceso que consiste en diseñar propuestas de valor de productos y servicios que cubren los trabajos, frustraciones y alegrías que realmente importan a los clientes. El encaje entre lo que ofrece una empresa y lo que quieren los clientes es el primer requisito para lograr una propuesta de valor de éxito.

Tiene lugar en tres etapas. La primera se da cuando identificas trabajos, frustraciones y alegrías relevantes del cliente que crees que puedes abordar con tu propuesta de valor. La segunda ocurre cuando los clientes reaccionan de manera positiva a tu propuesta de valor y ésta encuentra tracción

en el mercado. Entre los emprendedores, a esto se le llama encaje problema solución y encaje producto-mercado, respectivamente. La tercera sucede cuando encuentras un modelo de negocio escalable y rentable.

PERFILES DEL CLIENTE B2B

Las propuestas de valor en transacciones de empresa a empresa (B2B) suelen implicar a varias partes interesadas en la búsqueda, evaluación, compra y uso de un producto o servicio. Cada una de ellas tiene un perfil con trabajos, frustraciones y alegrías diferentes. Las partes interesadas pueden decantar la decisión de compra en una u otra dirección. Identifica los más importantes y esboza un lienzo de propuesta de valor para cada uno de ellos.

Los perfiles varían según el sector y el tamaño de la organización, pero suelen incluir los siguientes papeles:

EVALUACIÓN:

BIBLIOGRAFÍA: