

E-BOOK

# EL CONSEJO MAS IMPORTANTE PARA EMPRENDER



## **Lo más importante para emprender es poner al cliente en el centro del negocio**

Muchas de las personas que emprenden, entran con la idea de volverse millonarios, una meta muy respetable, pero esto lleva a un problema muy importante estas personas intentan cumplir este objetivo lo más rápido posible sin entender cual es el objetivo principal de un negocio.

Son las mismas personas que terminan en una estafa piramidal o en trading y terminan perdiendo todo su dinero por no saber invertir.

Yo no quiero que te pase nada de esto, por eso te voy a dar el consejo más importante que personas como Jeff Bezos fundador de amazon ha dado y te va ayudar entender una vez por toda cual es la base de un negocio ya sea físico o digital, es una ley máxima de los negocios.

Y es el siguiente, a nadie le importa cuales son tus sueños y objetivos personales, a las personas les importa es cómo les vas ayudar a resolver sus problemas con tu negocio. Como dice Jeff Bezos "Tienes que obsesionarte con el cliente".

Esto te tiene que quedar muy claro, se que te puede doler esto porque la mayoría de cosas que vemos sobre emprendimiento se centran en que nosotros como emprendedores nos merecemos todo, no digo que esté del todo mal estos contenidos para motivarnos, pero recuerda esto es una ley económica básica la oferta y la demanda.

Tienes que ofrecer algo que quieren tus clientes, es falso eso de que tu como emprendedor no tienes jefe, la realidad es

que tu jefe es el mercado, le tienes que dar al mercado lo que quiere, si no, da igual cuantas metas te has puesto y cuantos cursos de mentalidad has visto, emprender consiste en satisfacer las necesidades de las demás personas.

Ahora bien, para poder ofrecerle algo a tus clientes tienes que aprender a crear una propuesta de valor que encaje con las necesidades de tu clientes. Existen muchos métodos para crear estas propuestas de valor y saber si funcionan. Más adelante hablaremos más de que se trata la propuesta de valor.

Quiero que hagas este cambio de modelo mental TU creas negocios para satisfacer las necesidades del cliente, no para satisfacer las tuyas eso ya es algo secundario, es más un subproducto de lo primero.

## **¿Qué es y para qué sirve la propuesta de valor?**

Una propuesta de valor eficaz comunica lo que un cliente puede esperar recibir al utilizar un producto. Piense en la propuesta de valor como lo que le está prometiendo al cliente.

El valor es a menudo la diferencia entre la percepción que tiene el cliente del costo y los beneficios previstos obtenidos. Los beneficios abarcan no solo los beneficios directos de alcanzar un objetivo deseado, por ejemplo, dientes un 20% más blancos, sino también los beneficios indirectos como la facilidad de uso.

Esta es una gran herramienta porque podemos identificar que es lo que crea valor para el cliente y de esta manera poder mejorar nuestro producto o servicio.

## Diferencia entre una idea y una propuesta de valor

Es fácil confundir que es una propuesta de valor y una idea, es normal pero es importante que sepas diferenciar estos dos conceptos.

Idea de negocios	Propuesta de valor
Una idea es el producto o servicio que quieres ofrecer al mercado, el medio para atraer a esa clientela, la manera de obtener ingresos, etc.	La propuesta de valor se centra en las características del producto o servicio y como estas resuelven problemas o crean alegrías en tus clientes potenciales.

Digamos que la idea es el que y la propuesta de valor es como se hará realidad esa idea, lo que importa son las propuesta de valor, pues es como se llevará a cabo la idea que es la parte más importante no tanto la idea.

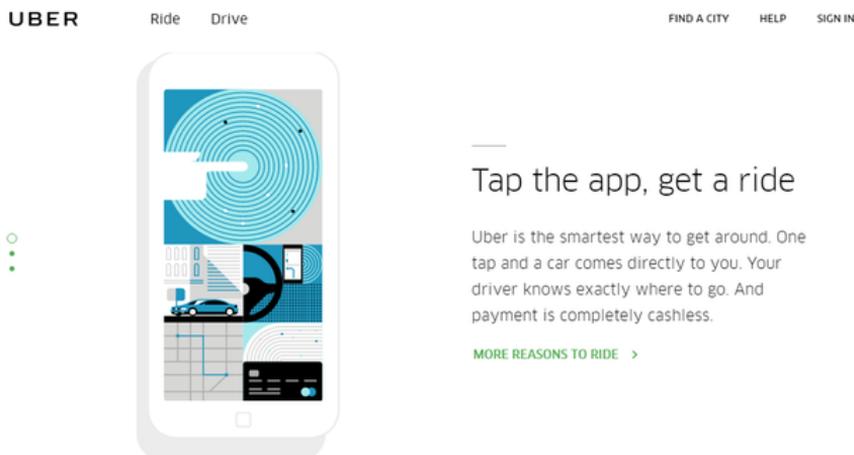
Un ejemplo de idea es, los teléfonos inteligentes, apple no tuvo la idea de teléfonos inteligentes, existían muchas propuestas de valor como era el blackberry con la idea de teléfono inteligente pero apple con su iphone creó una mejor propuesta de valor, por eso tienes que entender que lo importante no es la idea, si no la propuesta de valor que ejecutas.



## Casos de estudio de propuestas de valor

### 1. Uber: la forma más inteligente de moverse

Una cosa que Uber definitivamente hace bien es su propuesta de valor única.



*La propuesta de valor de Uber, que ofrece una comodidad superior*

Sin decirlo explícitamente, Uber destaca de manera experta todo lo que apesta de tomar un taxi tradicional y señala cómo su servicio es superior. El Copy es simple (pero altamente efectiva), transmite de manera excelente la simplicidad y facilidad que se encuentra en el corazón que lo convierte en un servicio tan tentador:

- Un toque y un coche llega directamente a ti
- Su conductor sabe exactamente a dónde ir
- El pago es completamente sin efectivo

Todo esto contrasta directamente con la experiencia típica de tomar un taxi: sin llamadas telefónicas a despachadores desinteresados, sin conversaciones dolorosas tratando de explicarle a un taxista estresado dónde debe estar, y sin buscar el cambio a tientas o preocuparse por tener suficientes billetes en su billetera.

Solo una forma rápida y eficiente de llegar a su destino. Esto se ve reforzado por el mensaje de aspiración hacia la parte superior de la página de inicio de Uber, que dice que "Tu día te pertenece".

## **2. Apple iPhone: la experiencia ES el producto**

Incluso en el saturado mercado actual de la electrónica de consumo, es difícil imaginar un producto más icónico que el iPhone de Apple. También es difícil imaginar un producto con tanta competencia como el dispositivo móvil insignia de Apple, entonces, ¿qué diferencia al iPhone de los (literalmente) cientos de dispositivos de la competencia en el mercado?



Why there's nothing quite like iPhone.

Every iPhone we've made — and we mean every single one — was built on the same belief. That a phone should be more than a collection of features. That, above all, a phone should be absolutely simple, beautiful, and magical to use.

*Propuesta de valor de iPhone de Apple, que ofrece una experiencia única*

Como probablemente esperaríamos de Apple, una firma reconocida tanto por su compromiso con el diseño elegante y elegante de productos como sus productos reales, Apple reitera firmemente su propuesta de valor en el copy sobre su gama de productos iPhone, específicamente, el diseño del dispositivo en sí, la facilidad de uso que ha sido una piedra angular de la estética del diseño de Apple desde el lanzamiento de OS X, y las cualidades aspiracionales que supuestamente ofrece un iPhone al usuario.

Este mensaje ambicioso es la propuesta de valor de Apple.

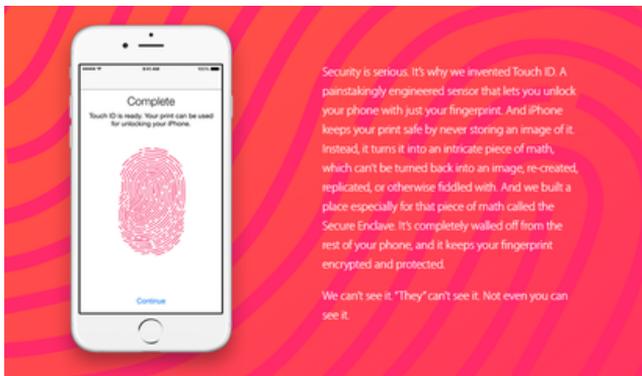
Eche un vistazo al copy. Apple afirma que cree que un teléfono "debería ser más que una colección de funciones", pero esto es precisamente lo que es un teléfono inteligente. Podríamos sentarnos aquí y burlarnos de la elevada estética de diseño de Apple durante días (el hashtag #freejonyive en Twitter , que bromeaba sobre el hecho de que el ex-diseñador principal de Apple ha estado atrapado en una habitación blanca durante varios años, es un buen ejemplo), pero es muy eficaz. enfoque que ha ayudado a Apple a mantenerse a la vanguardia de un mercado brutalmente competitivo durante casi una década.



*Jony Ive (#freejonyive)*

Apple sabe lo concurrido y competitivo que es el mercado de dispositivos inteligentes, por lo que en lugar de centrarse en una función específica, prácticamente ninguna de las cuales es exclusiva del iPhone o iOS, la compañía opta por centrarse en la experiencia de usar un iPhone. La mayoría de las empresas no pueden utilizar palabras como "mágico" para describir el uso de un teléfono inteligente, pero Apple puede hacerlo.

Por supuesto, Apple no solo se sienta en sus proverbiales laureles y confía en mensajes aspiracionales para venderle su propuesta de valor. El sitio oficial de iPhone también aborda varias de las características realmente únicas de iPhone e iOS, incluida la seguridad:



*Propuesta de valor de Apple Iphone , centrada en la seguridad*

No solo es un movimiento muy inteligente por parte de Apple (especialmente a raíz de la desastrosa demanda de desbloqueo de iPhone del FBI en San Bernardino ), sino que la copy coincide perfectamente con el resto de los mensajes de Apple y logra simplificar un tema increíblemente complejo, el cifrado, en fácilmente lenguaje comprensible que la mayoría de los usuarios pueden comprender y con el que se sienten bien.

Apple entiende que incluso centrarse en las características únicas del iPhone no sería suficiente para distinguir el dispositivo en un mercado tan abarrotado. Sin embargo, al enfatizar la experiencia general de usar el dispositivo, la propuesta de valor de Apple es tan única como su enfoque del diseño y la estética del producto.

### **3. Unbounce: pruebas A / B sin dolores de cabeza por la tecnología**

Alejándonos del mundo de la electrónica y las aplicaciones orientadas al consumidor y virando hacia el territorio B2B, nuestro tercer ejemplo de propuesta de valor proviene de la plataforma de optimización de páginas de destino Unbounce.

## Build, Publish & A/B Test Landing Pages Without I.T.

The Mobile Responsive Landing Page Builder for Marketers

BUILD A HIGH-CONVERTING LANDING PAGE NOW



1. Build a Page

2. Publish It

3. Test & Optimize

*Propuesta de valor de Unbounce, que ofrece facilidad de uso*

Como es de esperar de una empresa especializada en optimización de la tasa de conversión, la propuesta de valor de Unbounce es muy clara desde el momento en que llega a la página de inicio, es decir, la capacidad de crear, publicar y probar páginas de destino sin ningún soporte de TI. Para muchas pequeñas empresas (e incluso empresas más grandes), la sobrecarga técnica percibida de las pruebas A / B es una barrera de entrada importante, lo que hace que la propuesta de valor de Unbounce sea particularmente atractiva.

Esta página de inicio también cuenta con una serie de otras características que hacen que la experiencia general sea muy atractiva, como un CTA fuerte e imperdible, y una representación visual simple de tres pasos de cómo funciona la solución de Unbounce.

El copy también establece claramente que Unbounce está dirigido principalmente a los especialistas en marketing (una clara indicación de comprensión y atractivo para un público objetivo muy específico), así como el hecho de que los usuarios pueden

crear páginas de destino que respondan a los dispositivos móviles, lo que en sí mismo aborda una necesidad muy específica. o preocupación para algunos especialistas en marketing. Grandes cosas por todas partes.

## Conclusión

Si algo quiero que te quede de este ebook es que entiendas que lo importante es lo que te pide el mercado y adaptar tu propuesta de valor a lo que pidan tus clientes, partiendo de esta base podemos comenzar a emprender haciendo pruebas de nuestro prototipos e ir mejorandolo poco a poco. Ya luego te puedes ir metiendo en el mundo del márketing, ventas, organización, los modelos de negocios, pero siempre tienes que tener muy en cuenta que todo parte del valor que le das al cliente y como se lo ofreces.

Uno de los mejores libros que te puedo recomendar para aprender más sobre qué es una propuesta de valor es la Diseñando la propuesta de valor escrito por Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda y Alan Smith.

Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando

## Diseñando la propuesta de valor

Escrito por  
Alexander  
Osterwalder,  
Yves Pigneur,  
Gregory Bernarda  
y Alan Smith

Diseñado por  
Tosh Proctor

Prólogo de José  
Antonio de Miguel  
y Javier García  
Cortés.com



[Ver en amazon](#)