

NBCUniversal



Presentado por  **State Farm**[®]

Mercadeo Introdutorio - COMENZANDO SU NEGOCIO

Establecer El Posicionamiento Y Los Mensajes De Su Marca

Este ejercicio le ayudará a evaluar la posición de su negocio en el mercado. Responder a estas preguntas le dará pistas direccionales sobre cómo desarrollar una propuesta de valor única y un mapa para comercializar su marca.

¡No es necesario responderlas en orden! A medida que responda, es posible que se encuentre identificando nuevos puntos o incluso contradicciones con sus respuestas escritas anteriormente. Use esto como punto de partida y vea a dónde lo lleva. No hay reglas.

Trate esta hoja de trabajo como un documento vivo, flexible a los cambios en su base de consumidores o mercado.

Puede volver a visitar esta hoja de trabajo con frecuencia, evaluando cómo su negocio se adhiere a sus respuestas e identificando oportunidades para adaptar las respuestas junto con su estrategia comercial.

Comprender a su cliente

Una perspectiva profunda de su consumidor es fundamental para posicionar la marca de su negocio. El uso de un enfoque basado en problemas y soluciones para obtener esta perspectiva le da una idea de lo que su marca puede hacer para servir a los consumidores de manera efectiva.

Preguntas para considerar:

¿Quién es su consumidor principal? ¿Hay una demografía específica? No olvide incluir psicografía también.

¿Cuál es la necesidad principal del consumidor que su empresa puede ayudar a resolver?

¿Quién está experimentando esta necesidad actualmente?

¿Estos consumidores ya han expresado lo que quieren o necesitan?

¿Los consumidores ya han intentado abordar la necesidad ellos mismos?

¿Existen barreras que impidan a los consumidores abordar esa necesidad?

¿Existen tendencias o comportamientos que puedan afectar la experiencia del consumidor en el futuro?

Comprender su mercado y la competencia

Explorar el espacio competitivo de su negocio muestra las necesidades del consumidor que se están satisfaciendo o que podrían atenderse mejor. Esto le ayuda a comprender las cualidades a las que responderán potencialmente los consumidores.

Preguntas para considerar:

¿Quiénes son sus competidores? (es decir, ¿qué otros productos, servicios o plataformas pueden usar actualmente los consumidores para resolver el problema?)

¿Cómo afirman estos competidores resolver el problema? ¿Tienen éxito?

¿Qué podría ser mejor sobre cómo sus competidores resuelven el problema?

¿Existen tendencias o comportamientos que puedan afectar la experiencia del consumidor ahora o en el futuro? (Esto puede ser demasiado difícil para que su empresa responda dentro de la pandemia actual, y está bien desestimarlos. Pero debe considerar la pregunta cuando vuelva a revisar esta hoja de trabajo en el futuro).

¿Qué canales utilizan sus competidores para llegar a los consumidores?

NOTA: Es importante reconocer lo que hacen sus competidores para que pueda determinar qué lo diferencia, pero recuerde que este es un ejercicio interno. Nunca es una buena idea hablar negativamente sobre un competidor en ningún mensaje orientado al consumidor.

Identificar su oportunidad

Reflexione sobre las fortalezas únicas de su negocio en lo que ofrece a los consumidores. Identificar estas fortalezas y evaluarlas en función de lo que ofrecen los competidores le da una imagen más clara de por qué los consumidores llegarán a su negocio ahora y en el futuro.

Preguntas para considerar:

¿Cómo satisface la necesidad del consumidor?

¿Qué hace que su solución sea mejor que las soluciones de sus competidores?

¿Su solución es la “primera”, la “mejor” o la “única” en lo que les da a los consumidores?

¿Qué experiencia personal única aporta para satisfacer la necesidad?

¿Qué capacidades únicas (productos, servicios o recursos) aporta para satisfacer la necesidad?

¿Qué es lo más importante para su consumidor? ¿Qué cree que les gustaría a los consumidores sobre su solución?

NOTA: Si tiene dificultades para determinar qué diferencia a su negocio de sus competidores, este es un excelente momento para evaluar lo que podría estar haciendo de manera diferente para diferenciarse.

Desarrollar su posicionamiento

Redactar una declaración de posicionamiento de marca ayudará a definir el tipo de empresa que usted aspira a ser y le dará a su marketing una voz sistemática. Una declaración de posicionamiento de marca explica lo que hace su marca, a quién apunta y sus beneficios, en una declaración breve y concisa.

Esto es diferente de una declaración de misión o visión. No pretende ser un eslogan para el público, sino un ejercicio interno para ayudar a enfocar sus mensajes y reconocer lo que lo distingue en el mercado. Intente mantener sus respuestas lo más concisas posible.

Haciendo referencia a sus notas anteriores:

A. ¿Quién es su consumidor objetivo?

B. ¿Cuál es su solución a su problema?

C. ¿Qué es único de su solución en comparación con sus competidores?

D. ¿Cuál es la perspectiva o evidencia que les da a sus clientes un motivo para creer?

Ahora, complete la siguiente afirmación con sus respuestas a las preguntas anteriores:

[Su nombre comercial] proporciona [A] con [B] que es [C]. Hacemos esto mediante [D].

Por último, a veces, es útil pensar en su declaración como un titular de periódico. ¿Qué diría?

Hoja de Trabajo de Muestra SARA'S TACO TRUCK - HOUSTON, TX

Comprender a su cliente

Preguntas para considerar:

¿Quién es su consumidor principal? ¿Hay una demografía específica? Personas en su descanso de almuerzo en el trabajo, personas que caminan por el parque y salen por la noche. Personas que tienden a ser conscientes de dónde provienen sus alimentos. En términos de desglose por edad/raza/género, atendemos a todos.

¿Cuál es la necesidad principal del consumidor que su empresa puede ayudar a resolver? Quieren alimentos frescos y poder salir a comer en un entorno limpio y seguro.

¿Quién está experimentando esta necesidad actualmente? ¡Personas de todo el mundo! Para nuestro negocio, la gente de Houston.

¿Estos consumidores ya han expresado lo que quieren o necesitan? Sí, han hablado sobre querer seguir disfrutando de los tacos de nuestro camión.

¿Los consumidores ya han intentado abordar la necesidad ellos mismos? Han estado comiendo en casa, pero les falta la sensación de libertad que conlleva comer afuera.

Are there any barriers preventing consumers from addressing the need? Yes – they have concerns about safety and the precautions that restaurants and trucks like ours are taking.

¿Existen barreras que impidan a los consumidores abordar esa necesidad? Sí, les preocupa la seguridad y las precauciones que están tomando los restaurantes y camiones como el nuestro.

¿Existen tendencias o comportamientos que puedan afectar la experiencia del consumidor en el futuro? Creemos que la conciencia de la gente sobre los gérmenes, el acercamiento a los demás y el espacio personal en general son comportamientos que han continuado en esta etapa de la pandemia.

Comprender su mercado y la competencia

Preguntas para considerar:

¿Quiénes son sus competidores? (es decir, ¿qué otros productos, servicios o plataformas pueden usar actualmente los consumidores para resolver el problema?) Los otros camiones de alimentos del área son competencia inmediata. Chipotle y Qdoba para comida mexicana rápida con ingredientes frescos. Algunos están tomando medidas de seguridad específicas, pero no todos.

¿Cómo afirman estos competidores abordar las necesidades de los consumidores? ¿Tienen éxito? Algunos están tomando medidas de seguridad específicas, pero no todos.

Sample Worksheet SARA'S TACO TRUCK - HOUSTON, TX

¿Qué podría ser mejor sobre cómo sus competidores resuelven el problema? Lugares como Chipotle podrían estar ofreciendo asientos al aire libre.

W¿Qué canales utilizan sus competidores para llegar a los consumidores? Principalmente redes sociales, especialmente actualizaciones de ubicación de camiones de comida y ofertas especiales en Twitter y fotos de comida en Instagram, y publicidad local. (Cadenas de restaurantes que hacen publicidad importante).

Identificar su oportunidad

Preguntas para considerar:

¿Cómo satisface la necesidad del consumidor? Proporcionando alimentos deliciosos que no necesitan cocinar y dándoles la experiencia de salir. Pero satisfacemos la necesidad de sentirnos seguros colocando plexiglás, usando mascarillas y siendo claros sobre lo que estamos haciendo para mantener un camión limpio y seguro.

¿Qué hace que su solución sea mejor que las soluciones de sus competidores? La calidad de nuestros alimentos y la opción de comer al aire libre.

¿Su solución es la “primera”, la “mejor” o la “única” en lo que les da a los consumidores? Hay otros lugares de servicio rápido de comida mexicana en Houston, pero somos el único camión de tacos que utiliza ingredientes locales.

¿Qué experiencia personal única aporta para satisfacer la necesidad? Mi herencia mexicana hace que la comida y la experiencia sean auténticas para mis clientes, y saca a relucir mi pasión.

¿Qué capacidades únicas (productos, servicios o recursos) aporta para satisfacer la necesidad? ¿Qué es lo más importante para su consumidor? Tenemos ofertas especiales durante toda la semana y siempre usamos ingredientes frescos y locales. Creo que obtener alimentos frescos (mientras aún se siente seguro) es lo más importante.

¿Qué cree que les gustaría a los consumidores sobre su solución? Nuestras medidas de seguridad son muy visibles, lo que brinda tranquilidad a nuestros clientes

Sample Worksheet SARA'S TACO TRUCK - HOUSTON, TX

Desarrollar su posicionamiento

Haciendo referencia a sus notas anteriores:

- A. ¿Quién es su consumidor objetivo?
- B. ¿Cuál es su solución a su problema?
- C. ¿Qué es único de su solución en comparación con sus competidores?
- D. ¿Cuál es la perspectiva o evidencia que les da a sus clientes un motivo para creer?

Ahora, complete la siguiente afirmación con sus respuestas a las preguntas anteriores:

[Su nombre comercial] proporciona [A] con [B] que es [C]. Hacemos esto mediante [D].

Sara's Taco Truck ofrece a la gente de Houston una opción gastronómica al aire libre segura que ofrece auténtica comida callejera mexicana con ingredientes de origen local.

Para lograrlo, comunicamos constantemente nuestro compromiso con la salud y nuestra comunidad en los mensajes y proporcionamos un toque personal y local.

FPor último, a veces, es útil pensar en su declaración como un titular de periódico. ¿Qué diría?

Sara's Taco Truck mantiene fuerte a Houston al proporcionar tacos frescos y deliciosos de una manera segura y limpia.