

# Creación de Valor

La clave en la generación de valor está en las expectativas del cliente y en el grado de satisfacción en que se llenen esas expectativas.

Desde el punto de vista del marketing un producto tiene 3 niveles:

- básico (características elementales y funcionales),
- tangible (características diferenciales como marca, diseño, estilo, calidad, etc),
- **aumentado (valor agregado).**



Una estrategia centrada en el valor debe enfocarse en crear productos con **características tangibles y aumentadas** por encima que las de los productos de la competencia. Es allí donde se marca la diferencia y donde se le dan razones al cliente para preferir un producto en lugar de otro.

*«Los clientes buscan emociones, sentimientos y experiencias. Las empresas dispuestas a conquistar el corazón de sus clientes serán las que logran diferenciarse en el mercado.»*



*Ejemplos de empresas que ofrecen productos de alto valor para el cliente:*

empresas que han aplicado muy bien la estrategia de vender productos con alto valor y se han posicionado por encima de la competencia que ofrece productos muchos más baratos.

**Apple:** Actualmente es la empresa más valiosa del mundo y tiene altos márgenes de ganancia por la venta de sus productos.

El mercado ofrece infinidad de alternativas a los productos Apple, pero **a sus clientes no les importa pagar más porque saben que no solo están recibiendo un celular, una tablet o un reproductor de música digital, sino que la empresa les entrega status, calidad, diseño, usabilidad y muchos otros valores diferenciales que dan valor al producto.**

*Steinway: Los pianos Steinway son los más caros del mercado, pero el anhelo de todo pianista profesional es poder tener uno.*

*Cada piano Steinway es **hecho de manera especial** y no masivamente como los hace la competencia. El resultado final es **un producto de gran valor** por el que los clientes están dispuestos a pagar mucho dinero.*

Starbucks: Un café en Starbucks **puede salirte hasta 3 veces más costoso que en otra cafetería**, pero la empresa ha sabido posicionarse como un **lugar agradable** que **propicia las relaciones profesionales** y por ello sus clientes pagan más de lo que estarían dispuestos a pagar en otro negocio.



***Las compañías exitosas de hoy tienen algo en común:***

**Están muy enfocadas en el cliente y muy comprometidas con el marketing. Estas compañías comparten una pasión por entender y satisfacer las necesidades del cliente en mercados meta bien definidos.**

**Motivan a todos en la organización a ayudar a construir relaciones duraderas con el cliente creando valor.**

**Las relaciones y el valor de los clientes son muy importantes en la actualidad.**

**Los consumidores más frugales gastan su dinero con más cuidado y reconsideran sus relaciones con las marcas.**

**A su vez, es más importante que nunca establecer relaciones sólidas con los clientes, basadas en un valor real y duradero.**

## Marketing = Valor

- La propuesta de valor en marketing es el "mix"



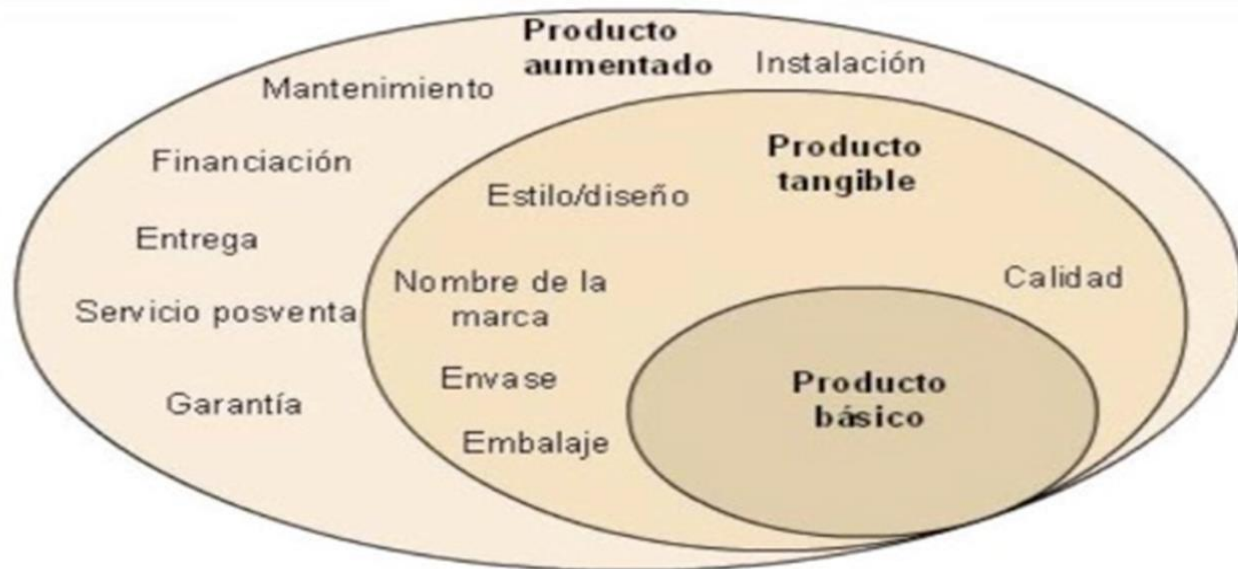
Llegar con una propuesta al cliente indicado

## 5. LAS 8 P's DEL MARKETING MIX AMPLIADO



# CASO: EL BOCADO

Aplicar los 3 niveles del producto al caso visto en clase







milacocinero

Seguindo ▾

Enviar mensaje



515 publicaciones

13,3 mil seguidores

862 seguidos

**MILA (Facu Milanessi)**

Emprendedor

☐☐☐ Cocinero

☐☐☐ Lic. En Com. Internacional

☐ Founder de @elbocadovla

☐☐ Twittero full

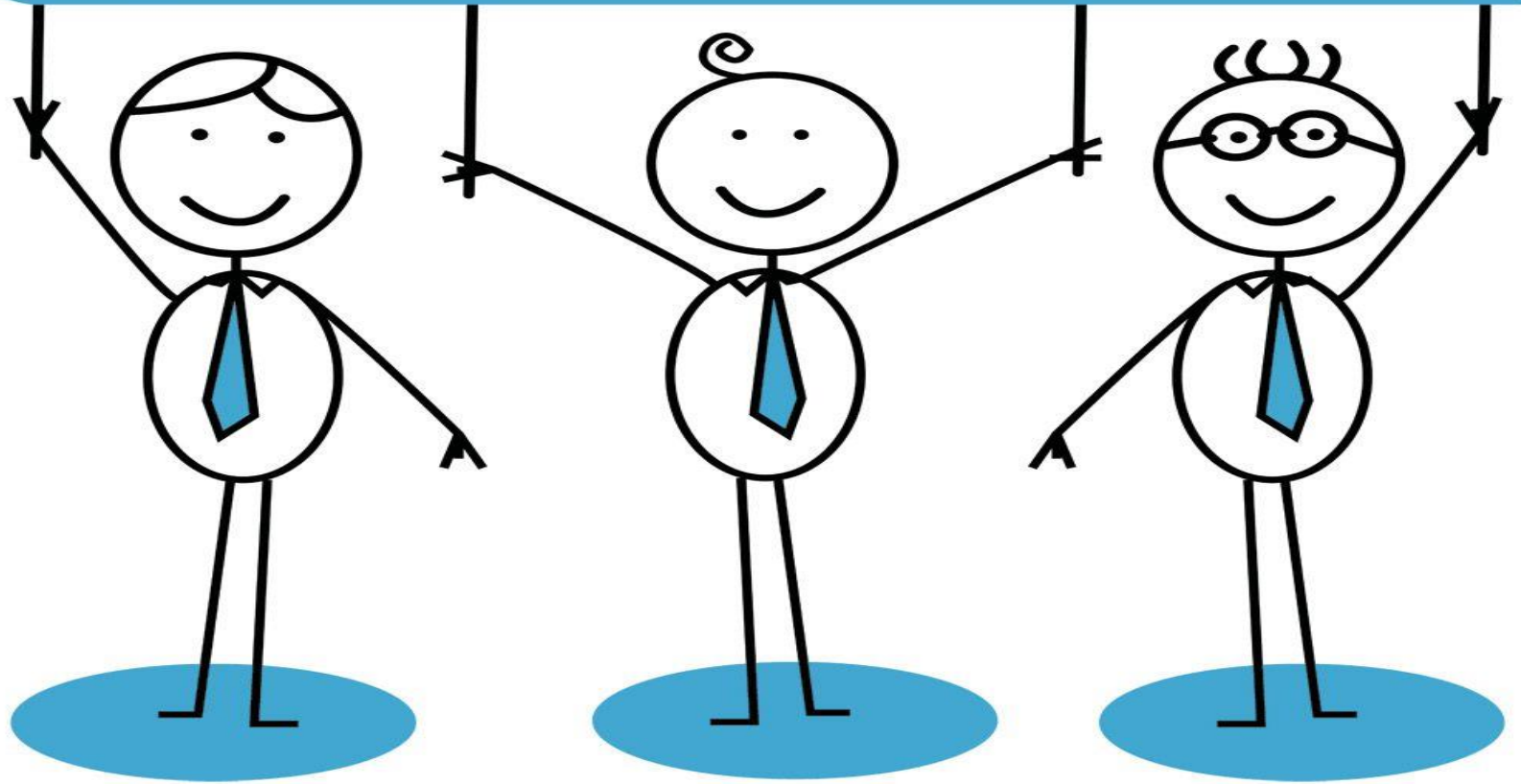
Contacto ☐☐

[wa.me/5492944963211](https://wa.me/5492944963211)

roobraun, arqpabloiglesias, ivanaremon y 7 más siguen esta cuenta



**¡GRACIAS!**



**CAMBIA**

**TU ACTITUD**

COMIENZA EL RETO