

IN2. Idea de negocio y Factor diferenciador

“¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes? ¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar? ¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos? ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?”

Definir la propuesta de valor implica responder a una serie de preguntas relacionadas con la manera en la que los usuarios finales del producto se beneficiarán del mismo. Ejemplos de estas preguntas son:

- *¿Qué problema se intenta resolver?*
- *¿Cómo es la solución general al problema que se plantea?*
- *¿Quiénes van a ser los usuarios o clientes?*
- *¿Cuál es la situación en la que están esos usuarios?*
- *En la situación en la que los usuarios están, ¿qué necesidad suya se quiere cubrir?*
- *¿Quiénes son los competidores y cómo se compara el nuevo producto con los productos de la competencia?*

Hay que darse cuenta de que la propuesta de valor resalta el problema al que se dirige el producto, más que a los detalles solución del problema. Los detalles de la solución se empezarán a conocer cuando se inicie la creación del Product backlog (Conjunto de los trabajos que se van a realizar para alcanzar los requisitos del cliente).

La propuesta de valor, junto a los segmentos de mercados, es el núcleo del negocio.

Es aquello que te hace diferente de la competencia y por lo que los clientes querrán pagar.

Se tendrá que definir el conjunto de productos y servicios que un segmento del mercado precisa. La propuesta puede ser nueva y original, ofreciendo un producto o servicio no existente hasta el momento en el mercado, o bien puede ofertar algo ya existente en el mercado, pero incorporando alguna característica que le haga diferente. El valor ofrecido puede ser cuantitativo, es decir, que lo podremos medir como el precio o el tiempo de respuesta, o cualitativo, como la experiencia de uso, un trato especial o el diseño.

Para crear valor, se pueden tener en cuenta estos elementos: la novedad el precio, una mejora en el rendimiento, la personalización de un producto, proporcionar “un trabajo hecho”, el diseño diferente y especial, relacionar una marca con un estatus social, ayudar a los clientes a reducir sus costes o sus riesgos, dar acceso a un servicio a segmentos que anteriormente no podrían disfrutar de él y finalmente, mejora la comodidad y calidad de un servicio ya existente en el mercado.”

Para nuestra idea de negocio y tras investigar previamente tanto competidores como clientes hemos decidido que nuestra empresa de desarrollo de aplicaciones se centre en ofrecer un servicio basado en el trato con el cliente, centrandonos en un tipo de cliente poco familiarizado con las nuevas tecnologías.

La mayoría de empresas de nuestro sector muestra mucha versatilidad en sus servicios, intentando atraer a todo tipo de clientes e intentando abarcar la mayor parte del mercado. Se ven pocas empresas con un target específico de cliente ya que no hay tanta demanda cuando se divide por sectores y las que lo hacen cubren la mayoría del sector, dejando poca entrada a nuevos competidores especializados, además de que lo hacen para tipos de negocios específicos.

Nuestra idea es buscar y trabajar con empresas pequeñas o medianas de cualquier tipo que no tengan nada que ver con la tecnología. Intentamos resolver a empresarios de mediana edad los problemas que puedan tener a la hora de ampliar su visibilidad con la promoción web, ofreciéndole asistencia personalizada, asesorando en todo momento lo mejor para el desarrollo de su empresa y garantizando la eficiencia y la calidad del servicio.