

Mapa de Empatía Funcional B2B:

Lenguaje de Marca "Pembertty"

Propósito: Definir el perfil, las necesidades funcionales y los criterios de decisión de un cliente B2B (socio comercial), en el contexto del microentorno competitivo. Este mapa es la base para desarrollar nuestra oferta de valor mayorista y nuestras herramientas comerciales.

Arquetipo de Cliente B2B: "Ana, Gerente de Compras/Dueña de Negocio" (Tienda de decoración, Hotel Boutique, Planificadora de Eventos).

¿Qué PIENSA y SIENTE? (Racionalidad del Negocio)

- "La fiabilidad es mi prioridad. Necesito proveedores que cumplan plazos y mantengan una calidad consistente. No puedo fallarle a mis propios clientes."
- "¿Cuál es el margen de beneficio? El producto debe tener un valor percibido lo suficientemente alto para justificar un precio de venta al público (PVP) que me sea rentable."
- "La exclusividad es mi principal arma contra la competencia masiva. Necesito productos que mis clientes no encuentren en las grandes cadenas."
- "La historia detrás del producto (storytelling) es una herramienta de venta. Si mi equipo y yo podemos contarla, el producto se vende solo."
- "Necesito optimizar mi inventario. ¿Ofrecen opciones de compra flexibles, como pedidos de bajo volumen mínimo (MOQ) o producción bajo demanda?"
- "¿Cómo me ayuda este producto a diferenciar mi negocio y a fortalecer mi propia marca?"

¿Qué VE? (En su Entorno Competitivo)

- **Catálogos de la competencia:** Ve productos estandarizados, a menudo de menor calidad y sin una narrativa de marca clara.
- **En ferias y showrooms B2B:** Busca activamente proveedores que ofrezcan innovación, calidad y una propuesta de valor única.
- **En "Pembertty":** Ve un catálogo profesional con fichas técnicas detalladas (fichas_tecnicas/), precios claros para mayoristas y una marca sólida que puede transferir valor a su propio negocio.
- **En el mercado:** Ve una tendencia clara hacia el consumo de productos artesanales y con propósito, validando la oportunidad de negocio.

¿Qué DICE y HACE? (Interacción Profesional)

- **Dice:** "¿Cuál es su catálogo para mayoristas?", "¿Tienen una escala de descuentos por volumen?", "¿Cuál es el tiempo de producción y entrega para un pedido de X

unidades?", "Necesito muestras físicas para evaluar la calidad antes de hacer un pedido grande", "¿Qué soporte de marketing ofrecen a sus distribuidores?".

- **Hace:** Compara cotizaciones de múltiples proveedores. Negocia términos de pago y condiciones de entrega. Planifica sus compras basándose en la estacionalidad y las tendencias del mercado. Evalúa el rendimiento de los productos en su punto de venta (rotación de inventario).

¿Qué OYE? (En su Red Profesional)

- **De sus clientes finales:** "Busco algo especial para un regalo", "Me encanta apoyar a los pequeños artesanos", "La calidad de este producto es increíble".
- **De otros colegas del sector:** Se quejan de la informalidad de algunos proveedores artesanales (retrasos, falta de consistencia). Valoran positivamente a los proveedores que actúan con profesionalismo.
- **De expertos en tendencias:** "La clave del retail futuro es la 'curación' de productos y la experiencia en tienda".

ESFUERZOS (Retos y Dolores Funcionales del Negocio)

- **Riesgo de Inventario:** El miedo a invertir en stock que no rote y genere pérdidas financieras.
- **Presión Competitiva:** La dificultad para diferenciarse de competidores más grandes con economías de escala.
- **Gestión de Proveedores:** La carga operativa de coordinar pedidos, pagos y logística con múltiples contactos.
- **Falta de Argumentos de Venta:** La dificultad para su equipo de ventas de justificar el precio de productos premium si no tienen una buena historia o diferenciadores claros.

RESULTADOS (Beneficios y Ganancias Funcionales para el Negocio)

- **Ventaja Competitiva (Diferenciación):** Ofrecer un producto exclusivo y de alta calidad que atrae a un público específico y lo distingue de la competencia.
- **Rentabilidad Sostenible:** Acceder a un producto con un alto valor percibido que permite márgenes de ganancia saludables.
- **Eficiencia Operativa:** Contar con un proveedor profesional, fiable y con procesos claros, lo que simplifica su gestión.
- **Fortalecimiento de Marca Propia:** Al asociarse con "Pemberty", su propio negocio es percibido como un lugar que ofrece productos de calidad, curados y con propósito, mejorando su reputación.