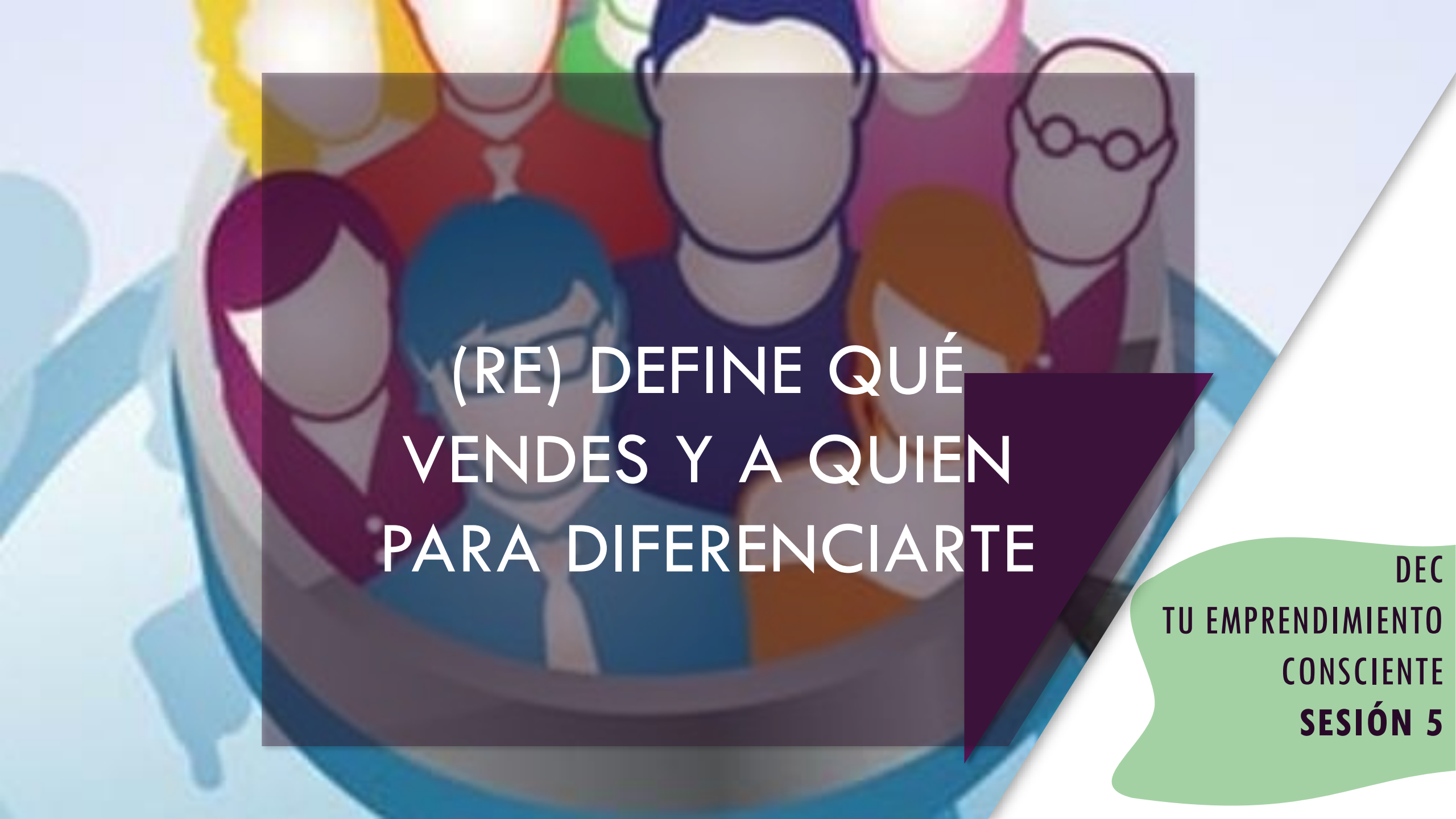


(RE) DEFINE QUÉ VENDES Y A QUIEN PARA DIFERENCIARTE

DEC
TU EMPRENDIMIENTO CONSCIENTE
SESIÓN 5

EN CAPÍTULOS ANTERIORES...

Propósito (trascender)

Visión Personal

7 Pilares de Vida (… Negocio)

Tu Modelo de Negocios

Emprendedora Empresaria

Decisiones

Delegación

Tiempo

Finanzas



Tuyas

- Tu sueldo
- Tu presupuesto



Tu Negocio

- Estado de Resultados Ejecutivo
- Punto de Equilibrio
- Flujo de Caja

ESTADO DE RESULTADOS:

OBJETIVO: LOGRAR LA MAYOR RENTABILIDAD (%) O GANANCIA ($$$)

+ Ventas	• Productos y/o Servicios • Otras ventas (activos, terrenos, etc.)
- Costos	• Dinero empleado en fabricar o producir mi producto o servicio (Ej.: materia prima, transporte, mkt. etc.
= Utilidad Bruta	• Diferencia entre las ventas y los costos de generar esas ventas
- Gastos	• Dinero empleado en hacer funcionar la empresa independiente de si vendes o no (ej. Remuneraciones, oficina, gastos generales, etc.)
= Utilidad Neta	• Diferencia entre la utilidad bruta y los gastos



PUNTO DE EQUILIBRIO

OBJETIVO: NO PERDER DINERO Y CUBRIR LAS OBLIGACIONES DEL NEGOCIO

no estás ganando ni perdiendo dinero.

VENTAS = GASTOS

INGRESOS

STOS FIJOS



FLUJO DE CAJA (EFECTIVO)

OBJETIVO: NO COMPROMETER LA VIABILIDAD DEL NEGOCIO (NO QUEBRAR)

Las Empresas quiebran porque no tienen liquidez

Mejorar y monitorear mis cobranzas

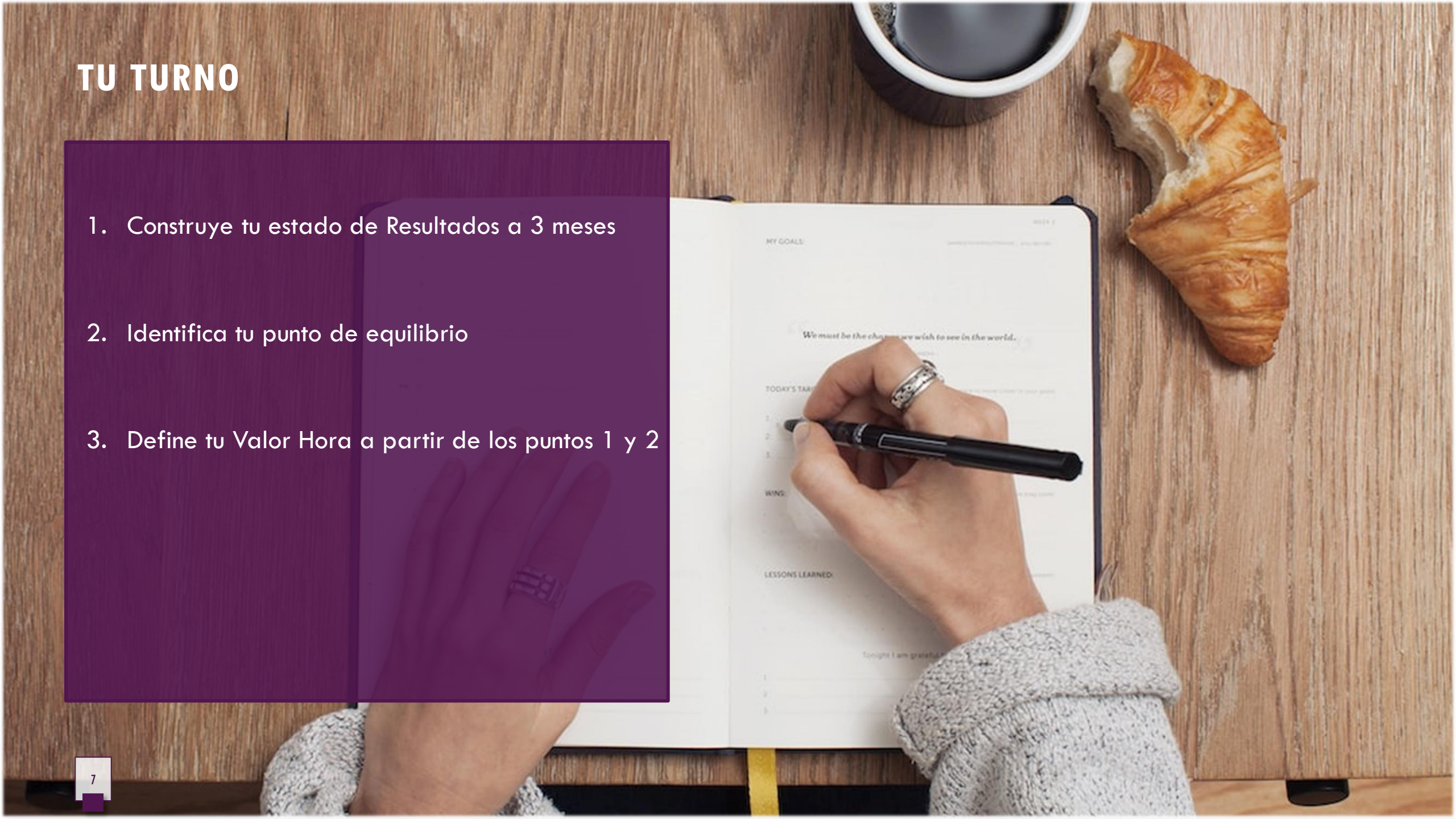
Planificar mejor los compromisos económicos

Salud financiera

Manejar estrés y emergencias

TU TURNO

1. Construye tu estado de Resultados a 3 meses
2. Identifica tu punto de equilibrio
3. Define tu Valor Hora a partir de los puntos 1 y 2





QUÉ VENDES Y A QUIÉN

"Solo hay una estrategia ganadora: definir cuidadosamente el mercado objetivo y entregarle una oferta superior"

- Philip Kotler


¿QUIÉN?

COMO IDENTIFICAR TU NICHO



PARA DEFINIR TU NICHO

1. Determina tus competencias, tus capacidades, ventajas con respecto a otros.
2. Decide cómo te vas a especializar
3. Mide el potencial del **nicho de mercado** elegido.
4. Decide si estás en capacidad de atender el **nicho de mercado** elegido
5. Analiza el futuro de ese **nicho de mercado**.

DEFINIENDO NICHOS – EJEMPLO: TINTURA DE PELO



TODAS LAS MUJERES QUE SE TIÑEN EL PELO



Mujeres que quieren un cambio de look y tonos de moda

DEFINIENDO NICHOS – EJEMPLO: CONTABILIDAD

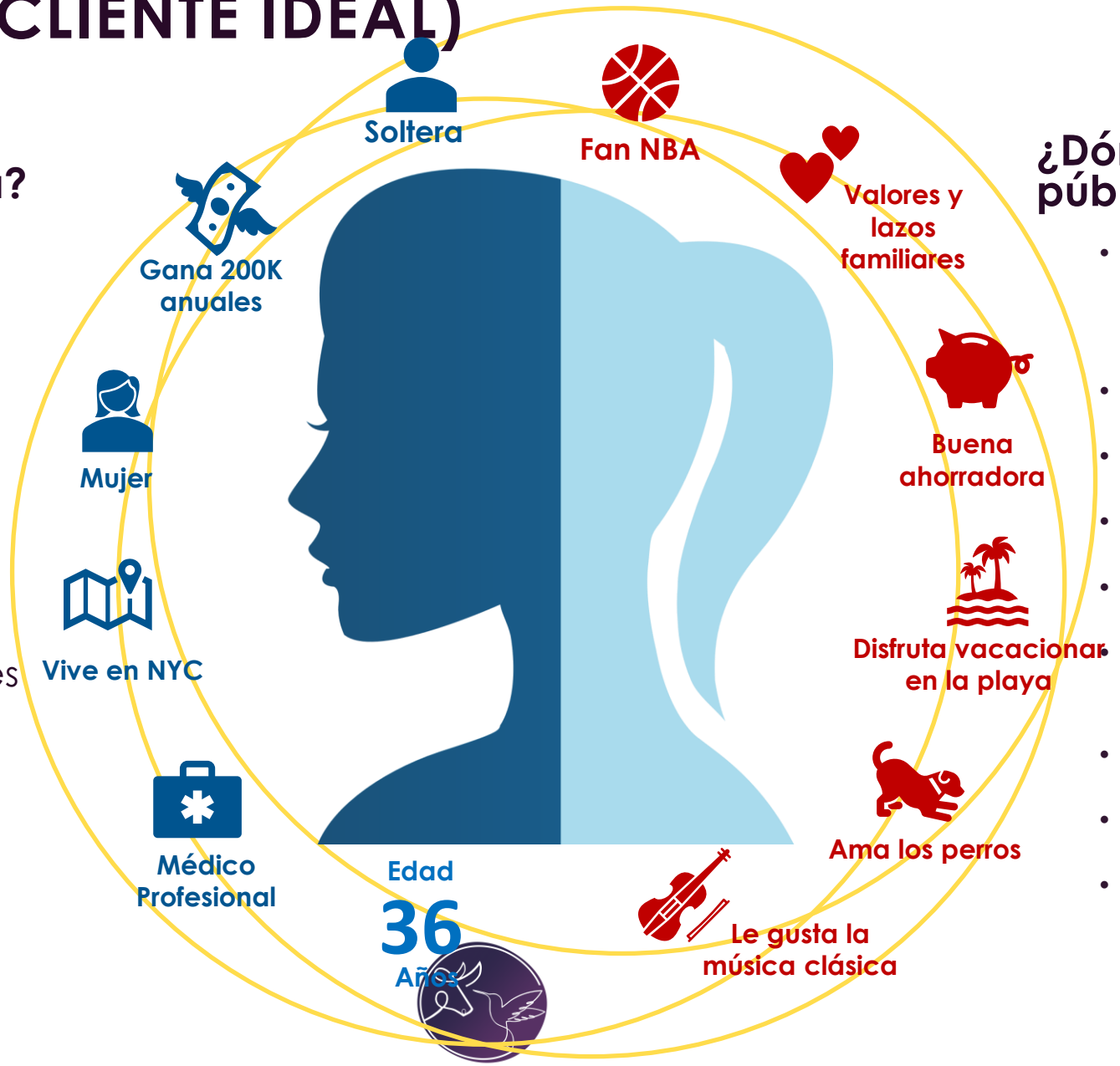
Pymes de Chile que tengan necesidad de llevar el control contable de su Empresa



TU AVATAR (CLIENTE IDEAL)

¿Quién es tu mercado meta?

- **Demografía**
  - Sexo, edad, ingresos, raza, estado civil, ubicación, profesión, estado civil, nivel de educación
- **Psicografía**
  - Familia, aficiones, intereses, actitudes, aspiraciones, opiniones políticas, hábitos de consumo



¿Dónde se encuentra tu público objetivo?

- Plataformas específicas de redes sociales
- Publicaciones
- Radio/TV
- Exterior
- Grupos de referidos
- Asociaciones de Networking
- Colegios
- Vecindario
- ….


¿Qué?

¿Qué vende Porsche?



En Google: “Porsche es un fabricante alemán que vende vehículos de corte deportivo, quizás uno de los más conocidos del mundo…”

¿Qué vende Revlon?



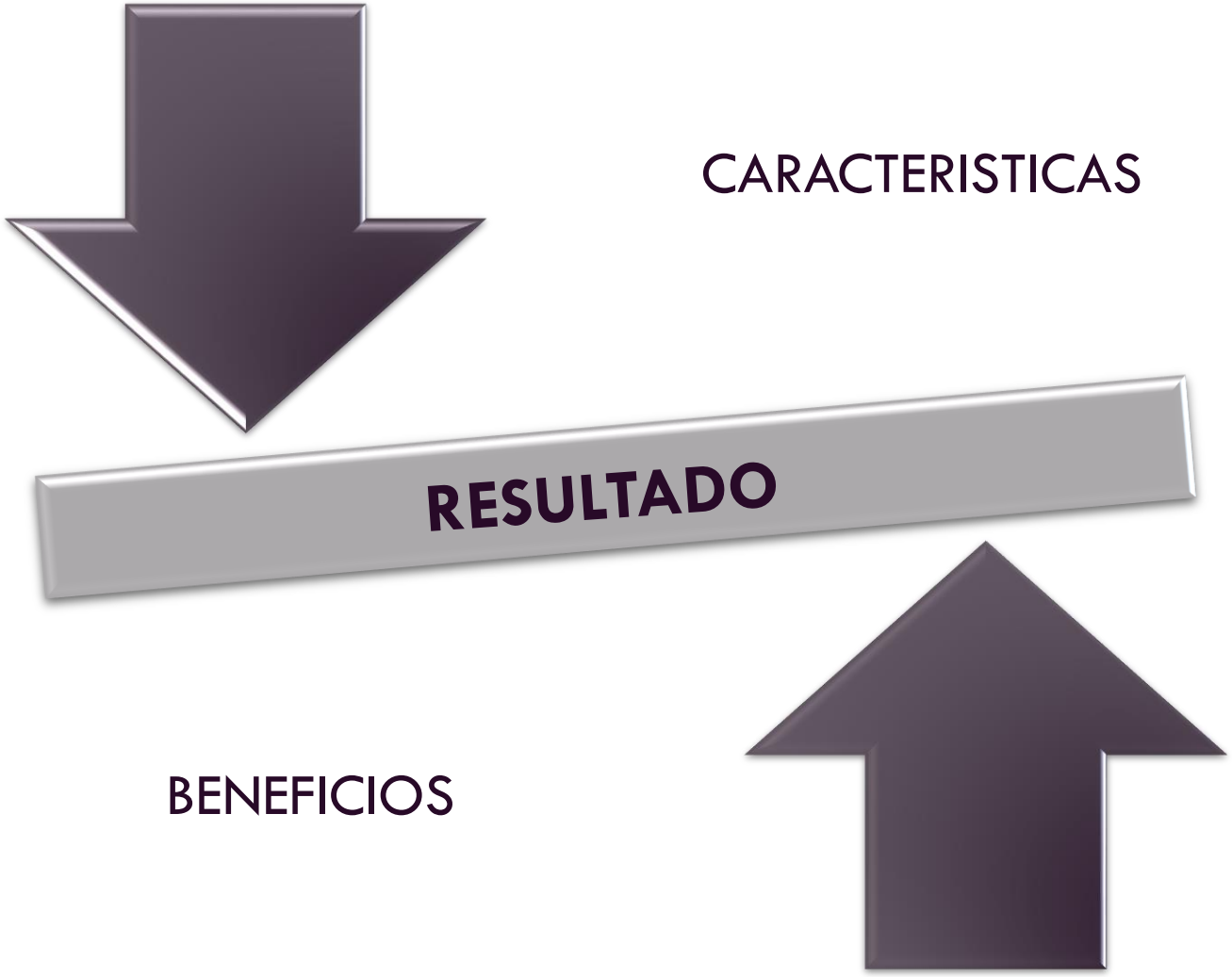
“En la fábrica, hacemos cosméticos. En la tienda, vendemos esperanza”

…Charles Revson, fundador de Revlon (1906-1975)

¿Y QUÉ VENDES TÚ?

¿QUÉ NECESIDAD,
DOLOR O
ANHELO
ESTÁS RESOLVIENDO?

Importante



CARACTERÍSTICAS





- Red ATN inmune a la inhibicióna todas las técnicas de robo
- Aplicación My Verisure
- Zerovision

BENEFICIOS



- Casa Protegida
- Control en tu celular
- Fácil de manejar

CARACTERÍSTICAS



- Calentamiento en 25 seg.
- Tasa espresso y lungo
- Apagado a los 9 minutos
- Compacta y ligera
- Selección de las mejores materias primas
- Calidad de cosecha de las mejores tierras
- Capsula de aluminio sellada herméticamente

BENEFICIOS



- Cafetera Fácil de Manejar
- prepara un café de calidad superior en sólo segundos
- El café perfecto
- Aroma y sabor
- Lindo diseño

¿CÓMO DESARROLLAR TU DIFERENCIACIÓN?

- **Proviene principalmente de 7 áreas:**
  1. Calidad
  2. Servicio
  3. Precio
  4. Velocidad
  5. Entrega
  6. Conveniencia
  7. Experiencia

- **Descubre los beneficios y ventajas…**
  - …que ofreces actualmente a tus clientes
  - …más valorados y buscados por tus clientes actuales y prospectos
  - …o la frustración de tus clientes
  - …que promociona y vende tu principal competencia



EJEMPLOS

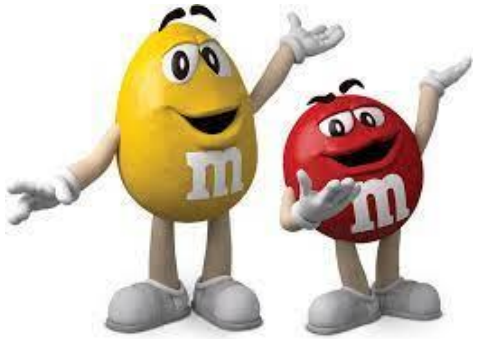
- Tu encargo será entregado con certeza al siguiente día.



- Una experiencia Unica.



- Se derrite en tu boca, no en tus manos.



Se puede crear también una diferencia con una…

GARANTÍA



¿CÓMO FUNCIONA LA GARANTÍA?

- Aumenta confianza
- Da seguridad…
- Reduce el riesgo…
- Es un contrato…
- Da credibilidad….
- Tu defines las condiciones…
- Obliga a contar con un sistema para cumplir…



PREGUNTA...

¿Cuáles son las 3 más grandes frustraciones que tienen tus clientes al hacer negocio contigo?

¿Qué garantía podría eliminar estas frustraciones?



mercado libre

Compra Protegida

Paga con Mercado Pago y te acompañamos hasta que recibas lo que compraste. Y si no es lo que esperabas, te devolvemos el dinero.

Cómo te protegemos



MI MODELO DE NEGOCIO

TU TURNO

1. (RE) Define tu nicho
2. (RE) Identifica el perfil de tu cliente ideal (avatar)
3. (RE) Desarrolla tu propuesta única de ventas
4. Haz una encuesta para levantar información

