



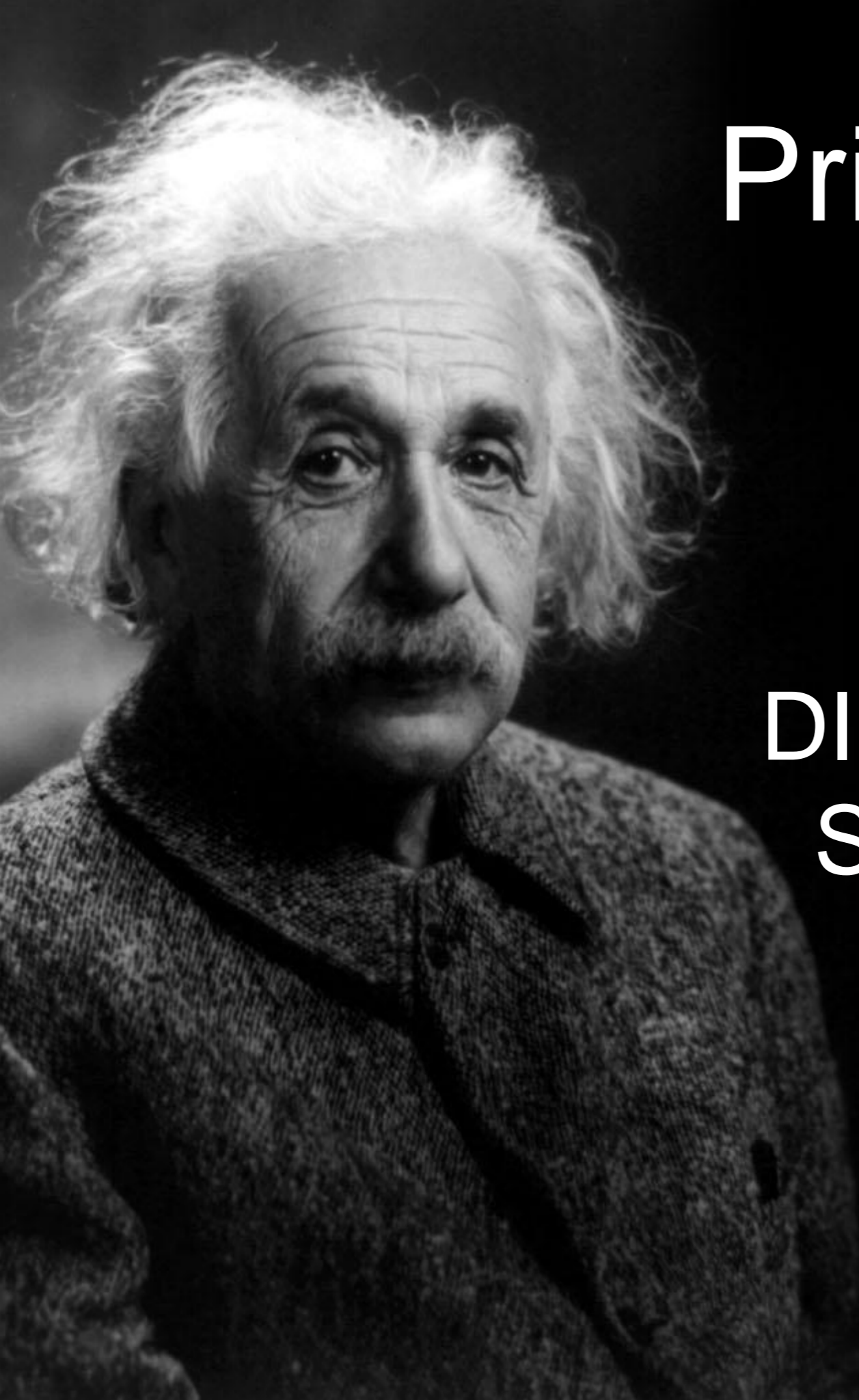
CÓMO DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA Y NO COMPETIR POR PRECIO

CADE Provincia de Córdoba



PROYECTO
LUNAR





Primera reflexión...

SI BUSCAS
RESULTADOS
DISTINTOS, NO HAGAS
SIEMPRE LO MISMO.

Albert Einstein.

Aperturar la mente...

Diferenciarse es
hacer algo
nuevo...
o algo diferente.

Aperturar la mente...

I+D no es sólo sinónimo de tecnología

No todo está inventado aún

5% de las ventas del año próximo serán con algo que aún no tenemos

Crear es creer, por absurda que sea la idea...



Yo, God

www.yo-god.com



4,95 \$

¿Por qué
debemos
diferenciarnos...?



Por qué debemos diferenciarnos...

- ❑ Exceso de competencia
“Semos una jartá”
- ❑ Globalización mundial
Hay de todo en todo el mundo
- ❑ Espirales de decadencia
Siempre habrá alguien más barato
- ❑ Exigencia del consumidor...
¿Por qué te debo comprar a ti?

¿Cómo podemos
Diferenciarnos...?



Cómo podemos diferenciarnos...

REGLA BÁSICA...

Aplicar el principio de la

SIMPLICIDAD

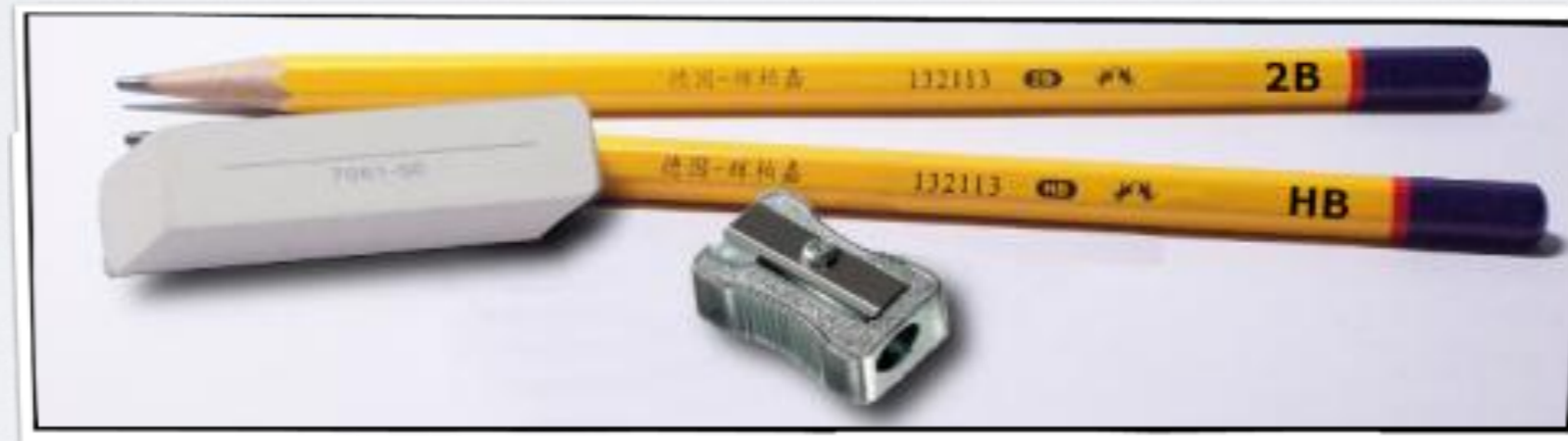


Cómo podemos Diferenciarse...

REGLA BÁSICA...

Aplicar el principio de la SIMPLICIDAD

Los rusos...



Cómo podemos diferenciarnos ...

REGLA BÁSICA...

Aplicar el principio de la SIMPLICIDAD

La caja de jabón vacía...



Cómo podemos diferenciarnos...

Aplicar el principio de la SIMPLICIDAD



Cómo podemos

Diferenciarse...

Aplicar el principio de la SIMPLICIDAD



Cómo podemos diferenciarnos...

Aplicar el principio de la SIMPLICIDAD



Cómo podemos diferenciarlos...

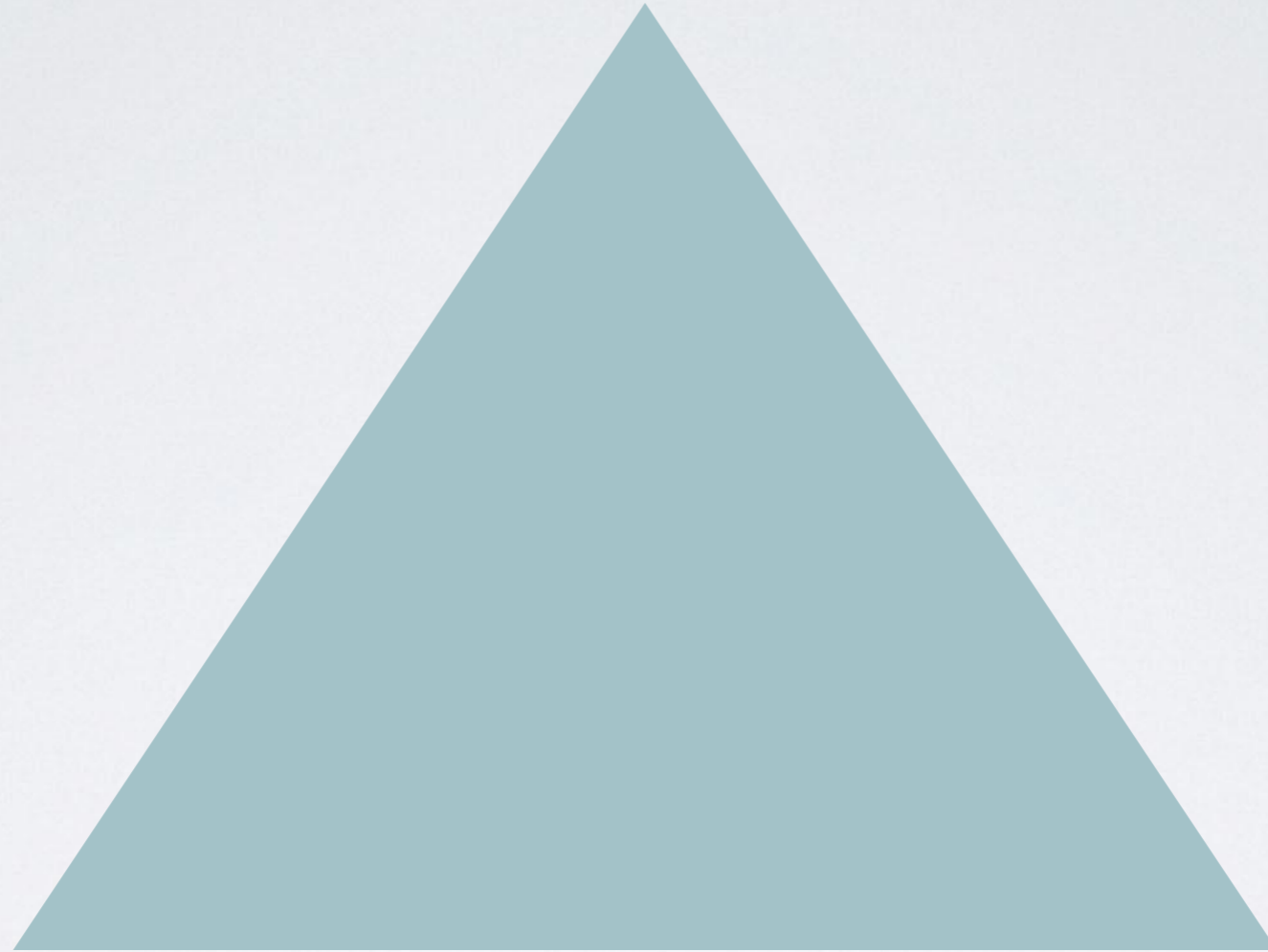
Aplicar el principio de la **SIMPLICIDAD**



¿Cómo podemos
diferenciarnos...?



EFICACIA

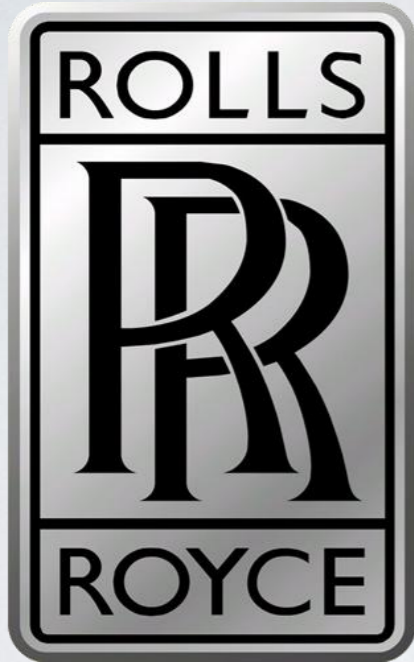


PERCEPCIÓN

INNOVACIÓN

1.- Diferenciarse por
percepción...

¿Qué opinión nos merecen...?



Diferenciarse por la
percepción...

- ❑ PERCEPCIÓN POR EXPERIENCIAS VIVIDAS
- ❑ PERCEPCIÓN DE NUESTRA RAZÓN DE SER

Diferenciarse por la
percepción...



□ PERCEPCIÓN POR EXPERIENCIAS VIVIDAS

ÉXITO = Completa **SATISFACCIÓN** del cliente

SATISFACCIÓN = EXPERIENCIAS – EXPECTATIVAS

Diferenciarse por la percepción...

EXPERIENCIAS

- Relación calidad – precio
- Vivencias y más sentidos
- Confort percibido en todo
- Estilo de comunicación
- Reputación empresarial



Diferenciarse por la
percepción...

- PERCEPCIÓN DE NUESTRA RAZÓN DE SER

NOKIA
Connecting People

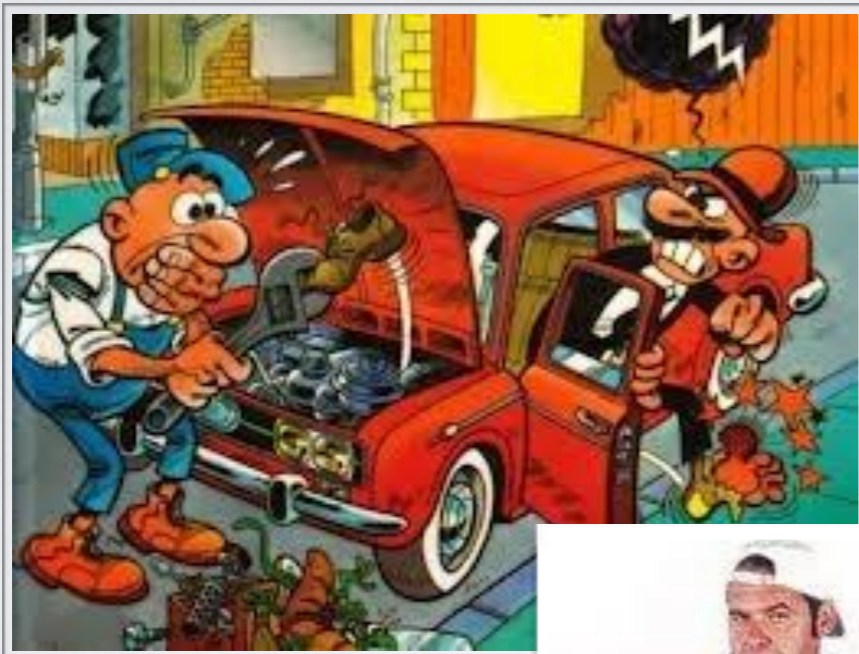


Tener claro quienes somos y para qué existimos enfocándonos en los principios de misión, visión y valores.

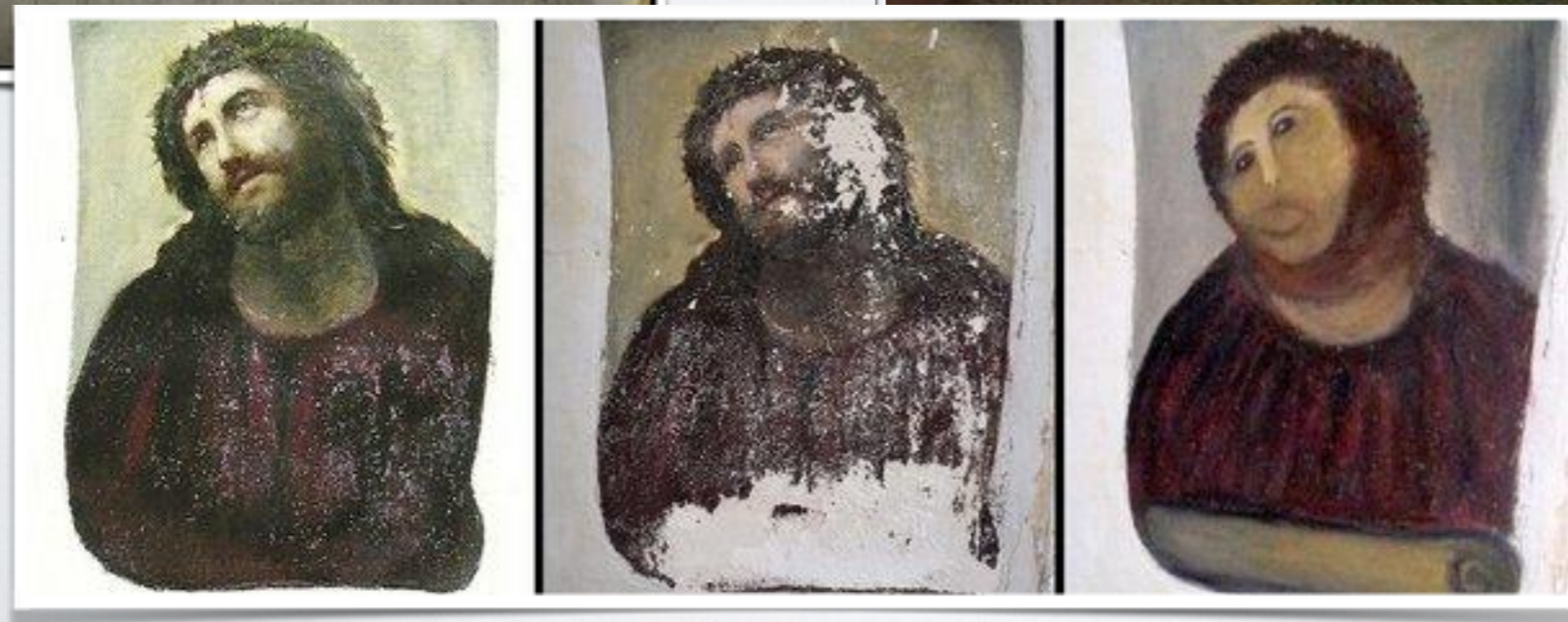
**2.- Diferenciarse por
la eficacia...**

Diferenciarse por la
eficacia...

España es el país de la
chapuza...



Diferenciarse por la
eficacia...



Diferenciarse por la
eficacia...

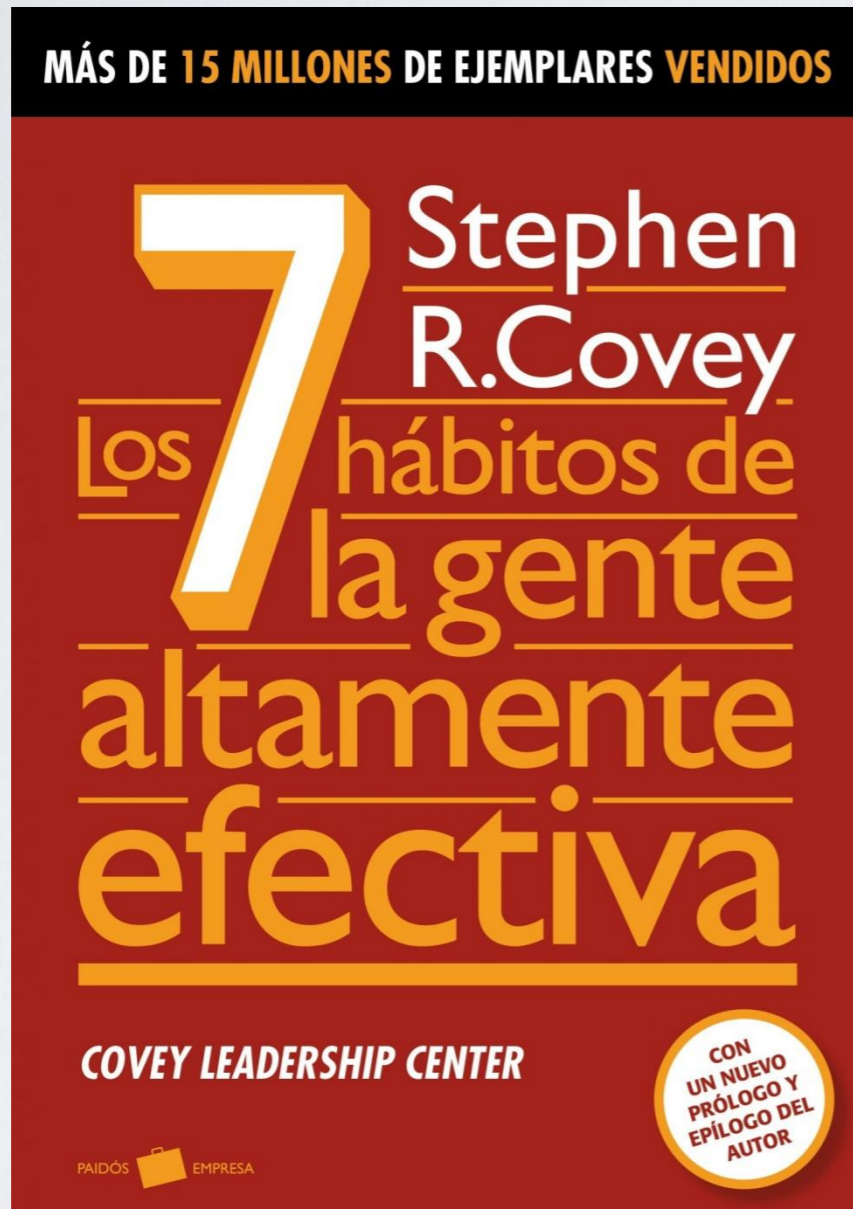
**Y EL GANADOR
DEL PREMIO "ESE NO ES MI
PUTO TRABAJO" ES...**



Diferenciarse por la
eficacia...



Diferenciarse por la eficacia...



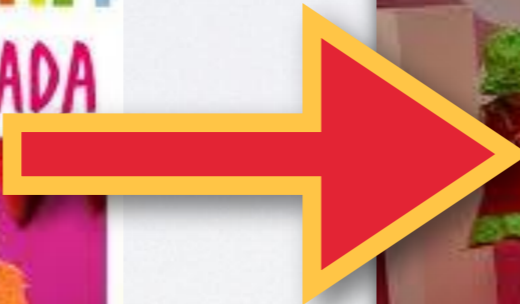
- 1.- Proactividad
- 2.- Visión de futuro
- 3.- Priorizar
- 4.- Ganar-ganar
- 5.- Comprender
- 6.- Sinergizar
- 7.- Afilar la sierra

**Trabajar con eficacia
para ofrecer un producto o servicio, cuya
calidad sea percibida por el cliente.**

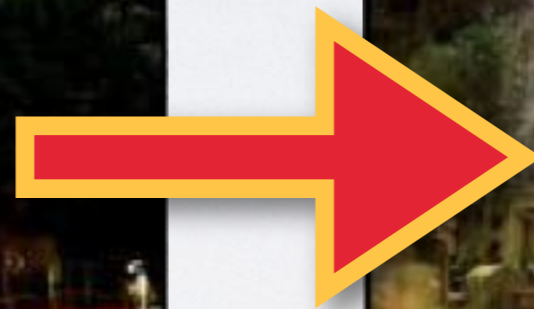
**3.- Diferenciarse por
la innovación...**

A.- Diferenciarse
buscando un público
alternativo...

Diferenciarse por el público...



Diferenciarse por el público...



Diferenciarse por el público...



Buscar colectivos a los que dirigir nuestra oferta
según el sector de actividad...
(Jubilados, singles, vegetarianos, GLT, celíacos,
motos, futboleros, etc, etc, etc....)

**B.- Diferenciarse
buscando una
ubicación alternativa...**

Diferenciarse por la ubicación...



Ubicar el establecimiento en una localización donde el cliente no espere encontrarlo y que resuelva una necesidad que éste pueda tener...

C.- Diferenciarse por la
forma de venta...

Diferenciarse por la venta...



Diferenciarse por la venta...



Diferenciarse por la venta...

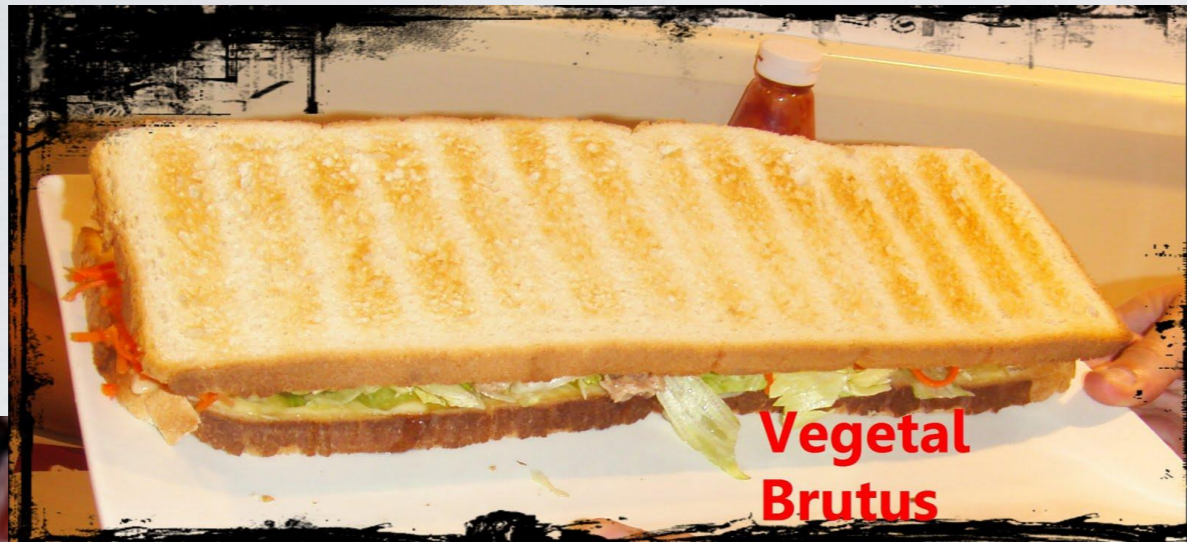


Ofrecer el producto o servicio al cliente, de una manera a la que no esté acostumbrado...
(Subasta, acumulo de puntos, venta por unidades vs. peso, precio fijo, regateo, etc.)

D.- Diferenciarse por la cantidad de producto...

Diferenciarse por la
cantidad...



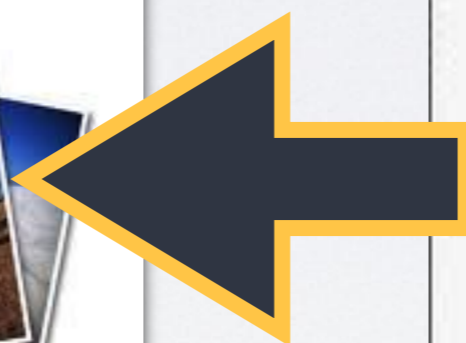


Ofrecer al cliente, una cantidad de producto, exagerada, por el mismo importe, que obligue a ir en grupo...

E.- Diferenciarse por el tiempo de servicio...

Diferenciarse por el tiempo...

Tiempo previo... 15 días



Tiempo actual... 1 hora

De 1,5 rollos por familia y año, a 3 rollos por habitante y mes...

Diferenciarse por el tiempo...



Ofrecer al cliente el servicio en un plazo de tiempo mínimo, con las mismas garantías de calidad...

F.- Diferenciarse por el
confort...

Diferenciarse por el confort...



Diferenciarse por el confort...



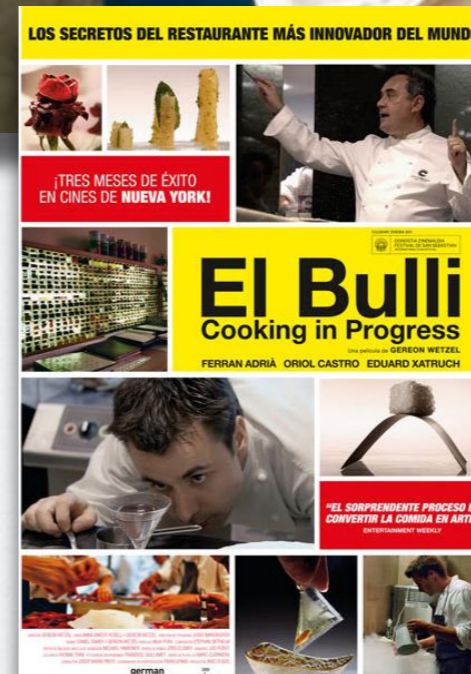
Diferenciarse por el confort...



Que el cliente se encuentre cómodo con nuestro producto, servicio y establecimiento, tanto física como emocionalmente...

**G.- Diferenciarse por el
procedimiento y
organización...**

Diferenciarse por el proceso...



(C) Rafael Rguez. Arranz,
2018

Diferenciarse por el proceso...

Google



(C) Rafael Rguez. Arranz,
2018

Diferenciarse por el
proceso...

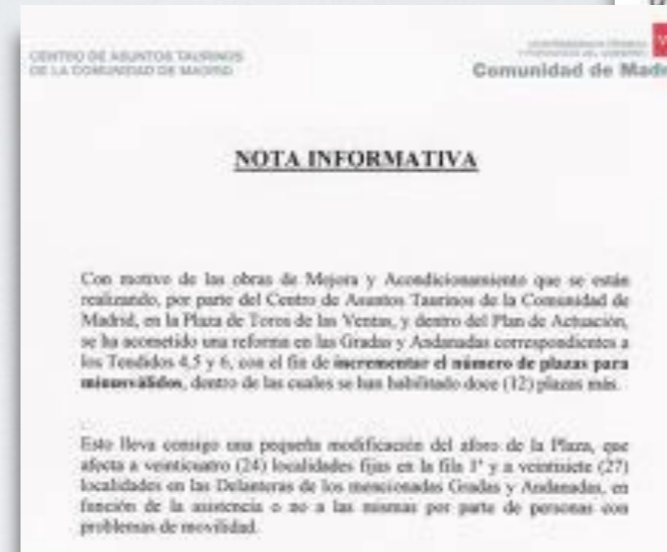
Virgin



Desarrollar un modelo de trabajo, u organización de la empresa, que nos diferencie a ojos del cliente...

H.- Diferenciarse
mediante la
comunicación...

Diferenciarse por la comunicación ...



Diferenciarse por la comunicación ...

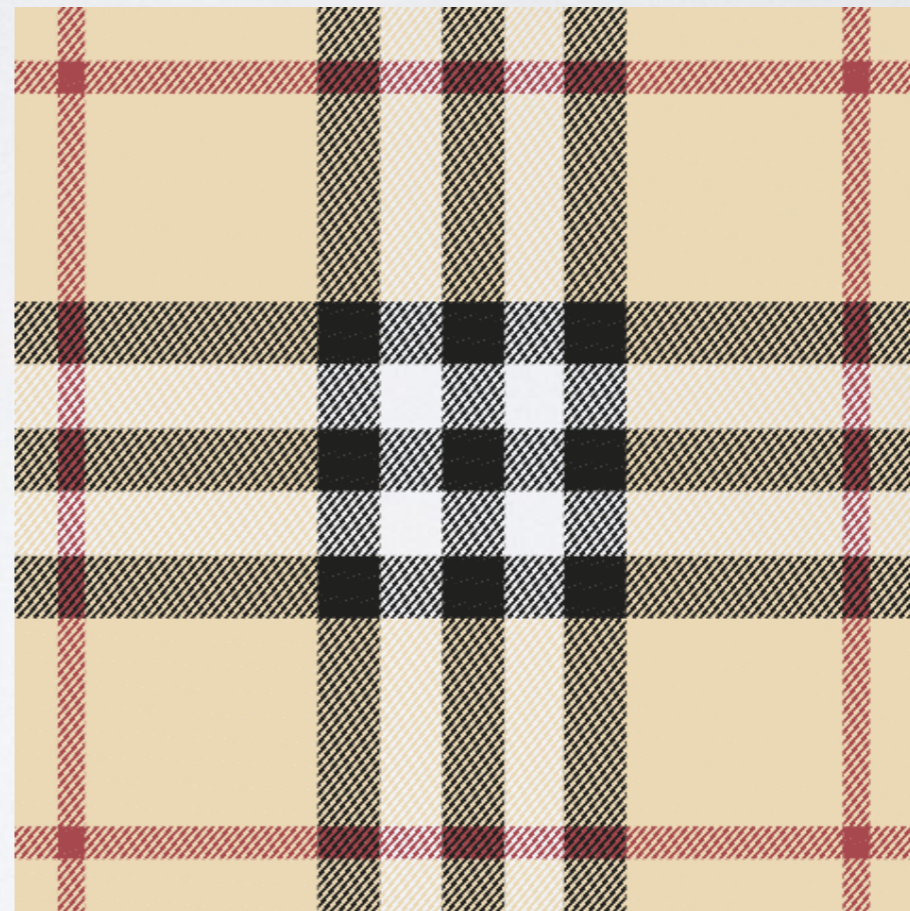


Comunicar al público en general, y a clientes en particular todas las actividades, novedades, incorporaciones y cambios ocurridos en la empresa, evitando que el cliente nos diga "no sabía que os dedicabais a eso"...

I.- Diferenciarse mediante
el diseño...

Diferenciarse por el diseño ...

Iconografía de la marca o producto...



Un diseño característico que nos diferencie e identifique a ojos del consumidor...

J.- Diferenciarse
mediante el precio...

Diferenciarse por el precio...



d, no su dinero.

Ahorre viajando a los mejores precios:

| | | |
|----------------------|-----------|-----------|
| Península y Baleares | Canarias | Europa |
| desde 22€ | desde 69€ | desde 48€ |

¡Compre hasta el 22 de abril! y vuele desde el 20 de mayo hasta el 24 de junio.

Spanair
A STAR ALLIANCE MEMBER



Aplicar una estrategia de Low Cost temporal, y con la misma calidad, a nuestro producto o servicio, para que el público pueda disfrutarlo...

**K.- Diferenciarse por el
horario...**

Diferenciarse por el horario...



Diferenciarse por el horario...

Horario Especial Navideño
ABRIREMOS *
24 HORAS

del viernes,
3 de diciembre de 2010
hasta el martes,
4 de enero de 2011.

El 24 y 31 de diciembre
cerraremos a la 6 pm
y el 5 de enero
a las 9 pm.

Walmart *
Ahorra Más. Vive Mejor.

*El lunes cerramos los domingos de San a 10am y las fiestas.

ABIERTO
24 HORAS

McAuto™

¡ENTRA!

30 DE NOVIEMBRE
DÍA DE LAS LIBRERÍAS
ABIERTAS HASTA LAS 22h
5% DESCUENTO

www.dia-de-las-librerias.com
facebook.com/LibreriasCEGAL
@libreriasCEGAL

SHOPPING NIGHT
Glamour

10% 15 Diciembre
de las 14h a las 24h.

20% Adelanta tus compras
de Navidad

Más de 60 tiendas a tu disposición
Todo Primeras Marcas
Todo el Centro Comercial.
(Casco Antiguo)

30%

40%

50%

...seguiremos con Grandes Fiestas desde las 24 horas en:
Jabeque, Rock Shox, Mississippi, Sirena, Soho,
Arena, Versatil, Jaime Playa.

10.000 € en copas GRATIS.
Con tickets descuento de 1€ por consumo. No acumulable, ni canjeable por dinero.

Adaptar el horario a los husos y necesidades de
nuestros clientes actuales y potenciales...

**L.- Diferenciarse por el
servicio añadido...**

Diferenciarse por el servicio...



Adaptar nuestra forma de actuar a las necesidades y gustos de cliente, con una orientación clara hacia él.

M.- Diferenciarse por el
compromiso social...

Diferenciarse por el compromiso...

Modelo de sustentabilidad y de no agresión al entorno.

Evitan los experimentos con animales

Artículos elaborados con productos naturales.

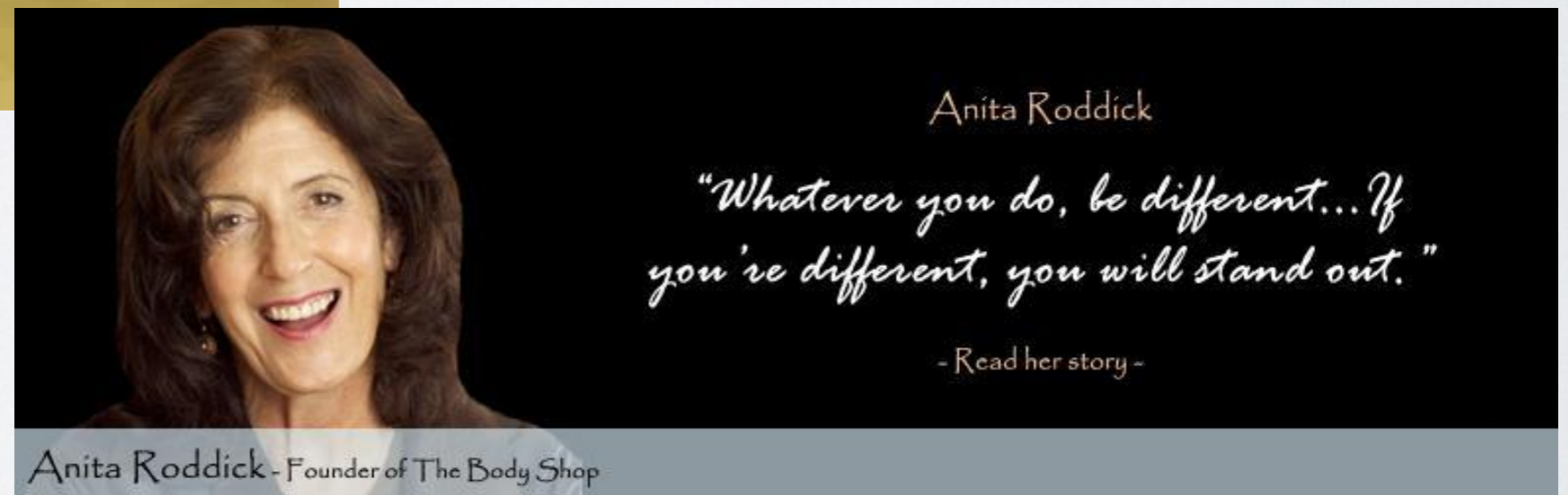
Integrante de Demos, un consejo de asesores internacionales en temas de medio ambiente,

Miembro de Amnistía Internacional.

En 1990 fundó Children On The Edge, organización de ayuda

Desde 1993 apoyó a los ogoni, de Nigeria.

Desde 2001 unió las fuerzas de Body Shop con Greenpeace



Conciliar el beneficio empresarial con el compromiso de devolver parte de éste a la sociedad de la que se obtiene...

N.- Diferenciarse
mediante la tradición...

Diferenciarse por la tradición...



(C) Rafael Rguez. Arranz,
2018

Diferenciarse por la tradición...



DE CAFES

ESTOS SON LOS CAFÉS QUE PREPARAMOS EN "TOMA"

| | |
|-------|---|
| 1€ | CAFE RISTRETTO (en toma lo llamamos "Café Veloz") espresso con 15 seg de extracción |
| 1,20€ | CAFE ESPRESSO de 25 a 30 seg de extracción |
| 1,60€ | CAFE ESPRESSO doble doble carga de café con 25 a 30 seg de extracción |
| 1,50€ | CAFE CON LECHE espresso con leche fría, templada o caliente |
| 2,00€ | CAFE CON LECHE grande doble carga de café espresso con leche fría, templada o caliente |
| 2,00€ | CAPUCCINO espresso + 1/3 de leche caliente + 1/3 de crema + cacao o canela |
| 2,50€ | CAPUCCINO grande 2 espresso + 1/3 de leche caliente + 1/3 de crema + cacao o canela |
| 2,40€ | MOCCA espresso + chocolate fundido en las paredes + leche vaporizada y nata montada |
| 2,80€ | MOCCA grande 2 espresso + chocolate fundido en las paredes + leche vaporizada y nata montada |
| 2,40€ | ICED CARAMEL espresso + caramelo en las paredes + leche fría y nata montada + coitas |
| 2,80€ | ICED CARAMEL grande 2 espresso + caramelo en las paredes + leche fría y nata montada + coitas |
| 1,50€ | BOMBÓN espresso + 1/3 de leche condensada |
| 1,80€ | VIENÉS doble espresso + nata montada y cacao |

NUESTRA CARTA DE CAFÉS

ESTOS SON LOS CAFÉS QUE PREPARAMOS EN "TOMA"

| | |
|-------|---|
| 1€ | CAFE RISTRETTO (en toma lo llamamos "Café Veloz") espresso con 15 seg de extracción |
| 1,20€ | CAFE ESPRESSO de 25 a 30 seg de extracción |
| 1,60€ | CAFE ESPRESSO doble doble carga de café con 25 a 30 seg de extracción |
| 1,50€ | CAFE CON LECHE espresso con leche fría, templada o caliente |
| 2,00€ | CAFE CON LECHE grande doble carga de café espresso con leche fría, templada o caliente |
| 2,00€ | CAPUCCINO espresso + 1/3 de leche caliente + 1/3 de crema + cacao o canela |
| 2,50€ | CAPUCCINO grande 2 espresso + 1/3 de leche caliente + 1/3 de crema + cacao o canela |
| 2,40€ | MOCCA espresso + chocolate fundido en las paredes + leche vaporizada y nata montada |
| 2,80€ | MOCCA grande 2 espresso + chocolate fundido en las paredes + leche vaporizada y nata montada |
| 2,40€ | ICED CARAMEL espresso + caramelo en las paredes + leche fría y nata montada + coitas |
| 2,80€ | ICED CARAMEL grande 2 espresso + caramelo en las paredes + leche fría y nata montada + coitas |
| 1,50€ | BOMBÓN espresso + 1/3 de leche condensada |
| 1,80€ | VIENÉS doble espresso + nata montada y cacao |

Aprovechar el gusto por el cliente de las cosas tradicionales y que despiertan su deseo de revivir experiencias del pasado...

O.- Diferenciarse
aprovechando el
momento tecnológico...

Diferenciarse gracias al momento...

Editorial digital...

Evita costes de impresión

Evita costes de distribución

Minimiza impacto ecológico

Anula intermediarios

Hace 10 años no era posible...



Utilizar los medios tecnológicos disponibles para reinventar el modelo de negocio...

P.- Diferenciarse
aprovechando el uso
alternativo del
producto...

Diferenciarse por el uso...



For Health and Beauty
Hamilton Beach
New Life VIBRATOR
Relieves Pain
and Gives Strength
300 - Page Book FREE
With Each Outfit



**SOOTHING
Cordless
VIBRATOR**

Apply to any part of the body for very soothing, pleasurable, pulsating RELAXATION!



Especially made for milady's needs—for complexion care and skin toning, helps relieve tensions, backaches, muscle spasms & JITTERY NERVES!

ONLY \$6.95 ppd.
(add 35c tax in Calif.)

Westlake Products
DEPT. 1
6425 Hollywood Blvd.
Hollywood, Calif. 90028
(Satis. Guaranteed)



7½" long
1½" diameter

Diferenciarse por el uso...



Buscar qué soluciones adicionales aporta nuestro producto a alguna necesidad...

Q.- Diferenciarse por la
estética del producto...

Diferenciarse por la estética...

BANG & OLUFSEN



Diferenciarse por la
estética...



Diferenciar nuestro producto con una estética fuera de lo habitual...

R.- Diferenciarse por el
packaging...

Diferenciarse por el
packaging...



Diferenciarse por el
packaging...



Facilitar al cliente el libre servicio, y transporte del producto, mediante el embalaje...

S.- Diferenciarse por la
sensación percibida...

Diferenciarse por la
sensación...

Red Bull



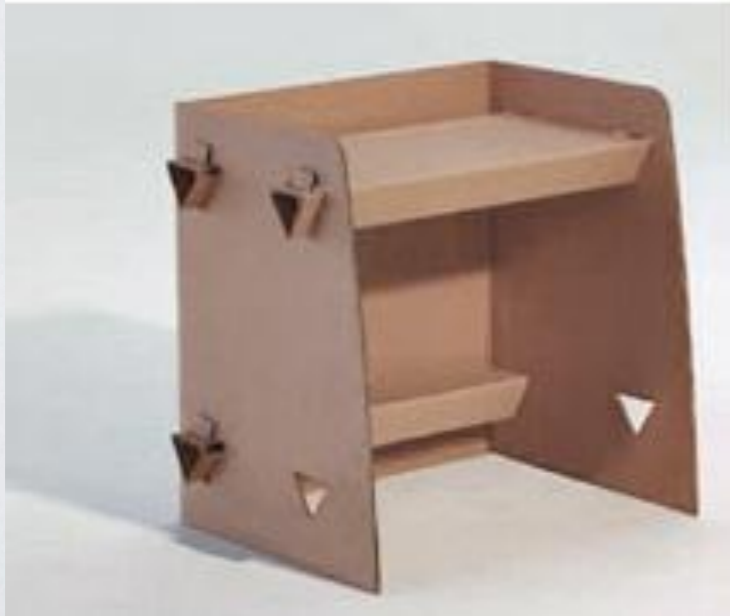
Proyectar la imagen de marca más allá del producto
o la empresa...

**T.- Diferenciarse por la
materia prima...**

Diferenciarse por la materia
prima...



Diferenciarse por la materia prima...



Utilizar materiales alternativos a los empleados
habitualmente...

U.- Diferenciarse
favoreciendo la
deslocalización...

Deslocalización...

VistaPrint *Exclusive Offer for:* **COUPON CABIN**
BEST PRINTING. BEST PRICE.

Home | Specials | Select a Country | En Español | Order Status | Help | Log In | My Account | Cart

The Easy Design and Print Solution
Chosen by more than 16 million people worldwide

COUPON CABIN Exclusive Offer
50% OFF SALE!

EXCLUSIVE SAVINGS for CouponCabin Shoppers.
50% OFF SALE GOING ON NOW!
This is a limited time offer.

Browse Our Products

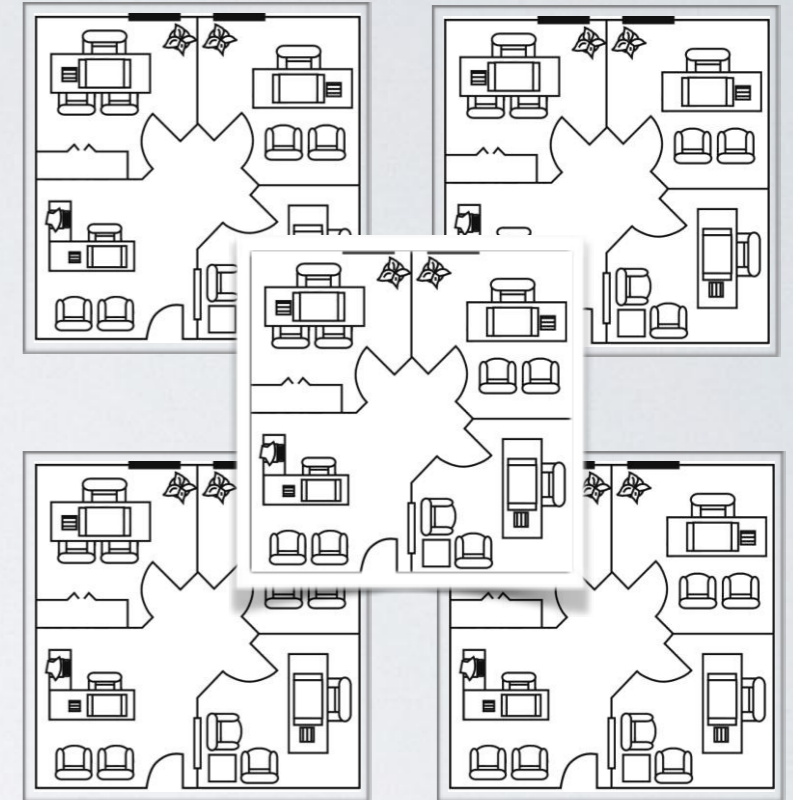
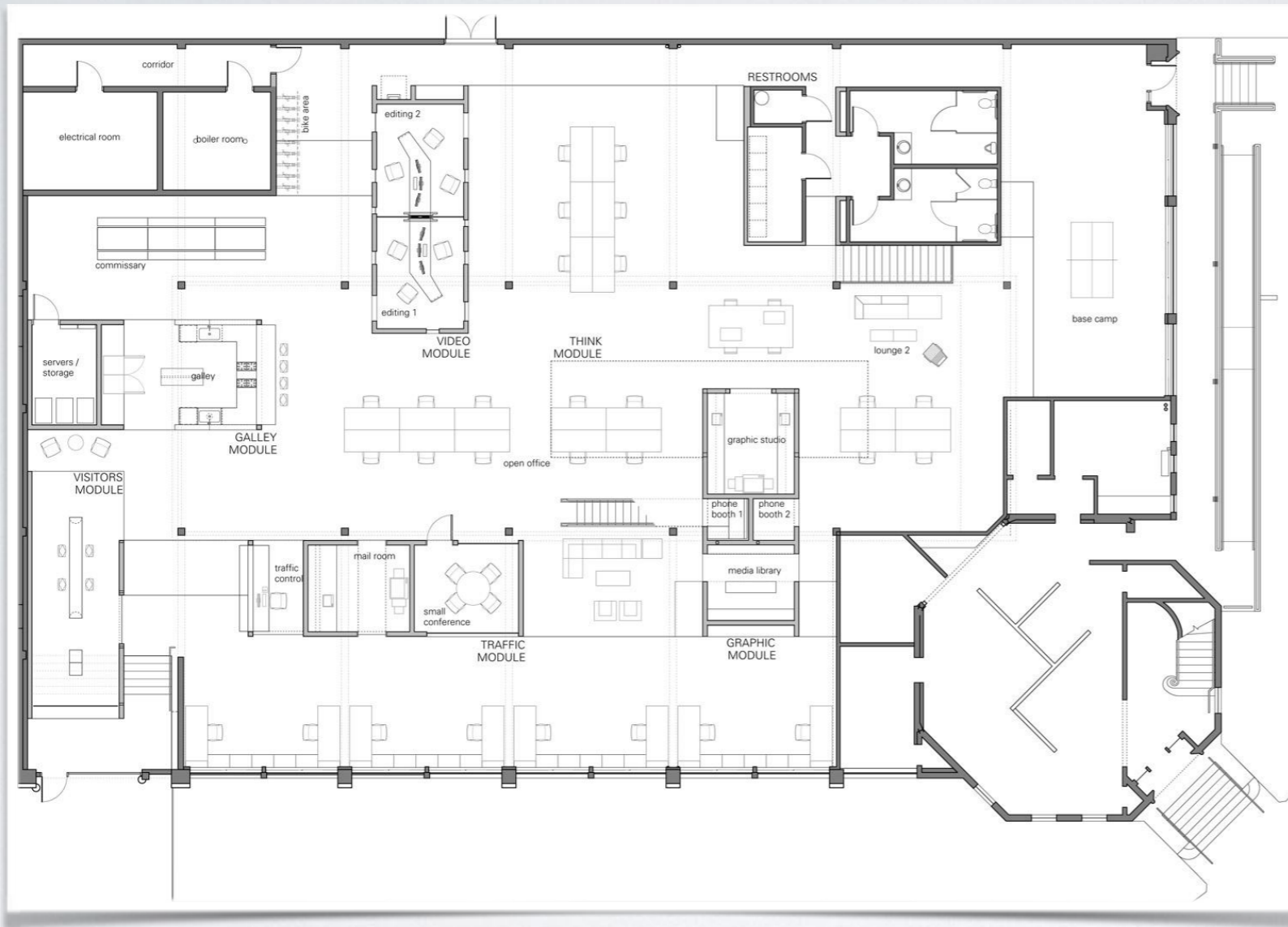
- Free Products**
 - Free Business Cards
 - Free Websites
 - Free Rubber Stamps
 - Free Poster Calendars
 - Free Pens
 - Free Logo Design
 - More...
- Business Cards**
 - Free Business Cards
 - Premium Business Cards
 - Free Logo Design

Free Business Cards 250 FREE

Premium Business Cards 250 only ~~\$19.99~~ \$3.99



Deslocalización...



Oficina 1.000m² ... 4.500€/mes

Oficina 45m² ... 400€/mes x 5
= 2.000€/mes

Cercanía a lugar de residencia

Menor consumo energético

Eliminación de zonas comunes

Gestión del talento

Rentabilidad por departamentos

Mejor gestión patrimonial

Deslocalización...



Deslocalización de almacenes

Aprovechar espacios y lugares más ventajosos y rentables...

V.- Diferenciarse por el
subproducto...

Uso de los subproductos...



Búsqueda de un uso o aprovechamiento de los restos, excedentes, o derivados del producto...

**W.- Diferenciarse por
la cooperación...**

Con la cooperación...



Lista de precios

| Entrantes | |
|---|-------|
| Ensaladilla marinera | 3'90€ |
| Bastinazo caletero (De Pulpo, Langostinos o Gambas) | 3'90€ |
| Papas aliñás | 3'90€ |
| Huevas aliñás | 5'50€ |
| Gambas al ajillo | 5'50€ |
| Mejilones (Al Roquefort, Picantes o Priñaca) | 5'50€ |
| Tabla de patés marineros | 3'90€ |
| Salpicón de marisco | 3'90€ |
| Mojama y Maruca | 6'50€ |
| Guisos | |
| Papas con choco | 3'90€ |
| Choco en tinta | 3'90€ |
| Garbanzos con langostinos | 3'90€ |
| Calamares de la Abuela Carmeli | 3'90€ |
| Gurripato con tomate (bacalao) | 3'90€ |
| Fideos con caballa | 3'90€ |
| Atún encebollao | 4'50€ |
| Caviar caletero | 3'90€ |
| Fideos negros con gambas y calamares | 3'90€ |

* i.v.a Incluido *

Con la cooperación...

Frutería



Carnicería



Pescadería



Con la cooperación...

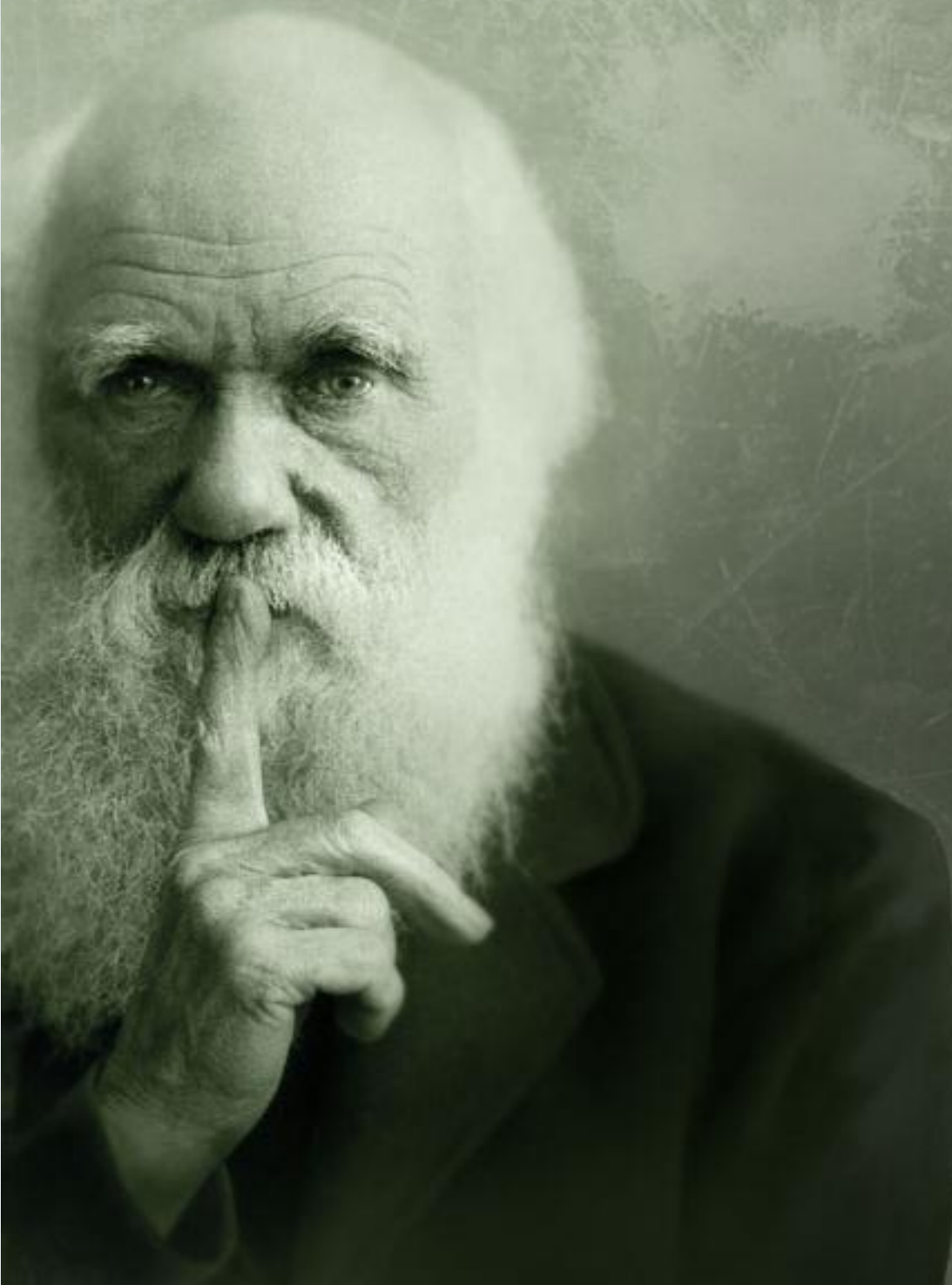


Con la cooperación...



Colaborar con otros negocios complementarios con los que podamos compartir gastos...

Reflexión final...



No es el más fuerte en las especies el que sobrevive, tampoco es el más inteligente el que sobrevive. Es aquel que es más adaptable al cambio.

Charles Darwin

Gracias por su
atención...