

Mejora la **experiencia de compra** de tus clientes con nuestras **herramientas de ventas BAC** y conviértelos en embajadores de tu marca.

miempresa
Propemi  **BAC**



Elementos básicos de un plan de marketing ganador

Los nuevos productos o servicios no siempre tienen éxito, pero las empresas que no intentan innovar sus portafolios tarde o temprano pierden fuelle y fracasan. Una de las razones principales del pobre desempeño de un producto nuevo suele ser la falta de un convincente plan de marketing, incluido dentro del marco general de un plan de negocios. En esta Cápsula te mostraremos, los elementos indispensables para validar e implementar nuevos productos y servicios en tu empresa.

Existen diversas ventajas de plantear ordenada y estratégicamente nuevas ideas de negocio. En primer lugar, permite darle forma a las corazonadas o impulsos que empresarialmente puedas tener; no se trata de evitar la sorpresa sino de hacerlo con fuerza, garantizando una demostración inequívoca de tu estrategia empresarial en el mercado, sin lugar a señales de ambigüedad y debilidad. Además, te da un espacio para darte cuenta si lo que tu mente visualizaba no logra ser interesante en la práctica, antes de incurrir en gastos fuertes. Finalmente, ganas una hoja de ruta que te servirá para darle seguimiento a la implementación.

A continuación, compartimos los elementos básicos que tu plan de marketing debería incluir para ser provechoso:

1. ¿Qué es lo nuevo?: define de forma resumida qué es el producto y la promesa hacia el cliente final. Si te cuesta demasiado, redactar algo o ves que resulta ser “más de lo mismo”, probablemente es una señal para redefinir la propuesta.
2. ¿Cómo funciona?: explica de forma sintética como la ventaja competitiva permite que el producto gane un atributo especial, único en su especie y deseado por el público. Nuevamente, hacerlo en pocas líneas asegura tener claro de qué se trata y orienta al éxito.
3. ¿Cuáles son los beneficios?: enumera las ocasiones de uso que habilita el producto.
4. Segmentación de mercado: define en qué mercado se ubica el producto nuevo, incluyendo clientes actuales y potenciales; vale la pena ser específico en el objetivo al que se dirige (por ejemplo, para un producto orientado a uso en hospitales, sirve saber en qué área de los hospitales se usaría, como sala de emergencias u otra).
5. Propuesta de valor: redacta el beneficio central que provee el producto o servicio nuevo, junto a sus adjetivos o atributos especiales, la identificación de los clientes y el resultado que obtienen al usarlo. Todo debe estar en un lenguaje de “solución” (resuelve una necesidad o deseo).
6. Posicionamiento: son los atributos especiales del producto o servicio y el nombramiento pormenorizado de los usuarios directos del mismo; se debe enfatizar la razón por la que estos usuarios finales terminarán prefiriendo este producto o servicio y no otros.
7. Puntos diferenciadores: se debe enumerar los atributos únicos que diferencian al producto o servicio nuevo de sus competidores.
8. Puntos de paridad: son las características básicas que el producto o servicio nuevo debe compartir con sus rivales para ser considerada una opción válida en el mercado.

Mi empresa propemi BAC pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Mejora la **experiencia de compra** de tus clientes con nuestras **herramientas de ventas BAC** y conviértelos en embajadores de tu marca.

miempresa
Propemi  **BAC**



La cereza en el pastel de una gran idea y de un plan sólido se obtiene con los recursos adecuados para llevarlos a cabo con calidad y eficiencia. Si tu proyecto requiere adquirir maquinaria o equipo especializado, BAC pone a tu disposición financiamiento que te permita invertir sin comprometer tu flujo de caja con el Crédito para Compra de Maquinaria y Equipo, diseñado para impulsar la innovación y el crecimiento de tu empresa, con condiciones flexibles y seguras. Conoce más de esta opción [aquí](#).

Mi Empresa Propemi BAC es tu aliado estratégico perfecto para impulsar tu innovación empresarial. Consulta hoy con tu Ejecutivo de Negocio para más información de las opciones que tenemos para tu empresa.

Mi empresa propemi BAC pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**