



PLANTILLA DE CONTENIDO DE LA LECCIÓN

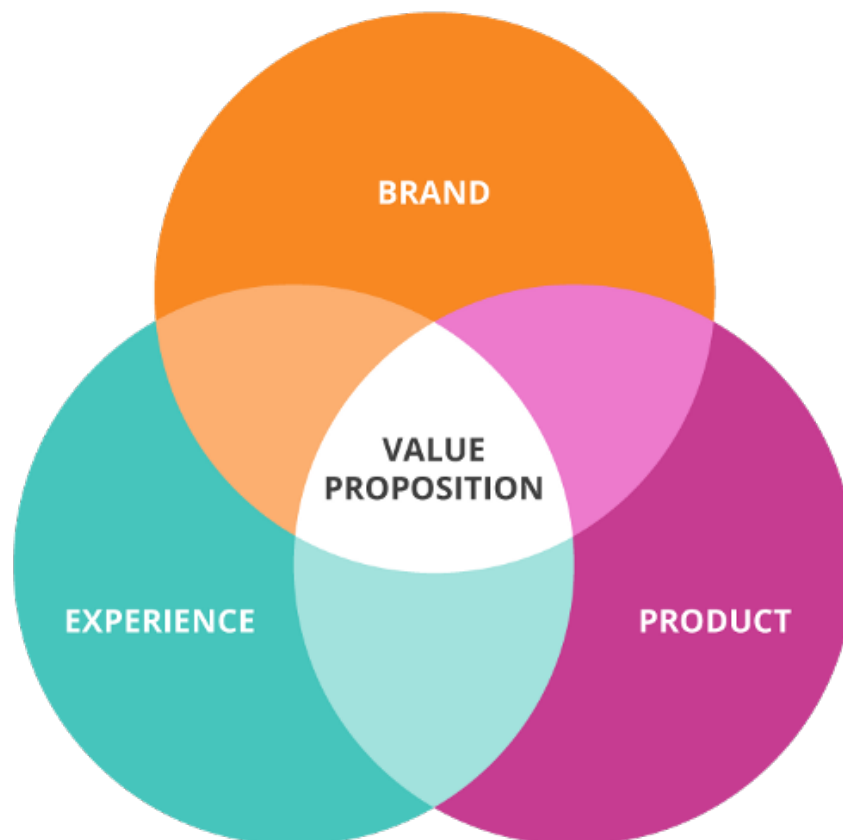


Erasmus+

Proyecto financiado por: Erasmus+ / Acción clave 2
Cooperación para la innovación y el intercambio de
buenas prácticas, Alianzas para el conocimiento.

Lección 8 Propuestas de valor

La propuesta de valor está incluida en la frase "la persona adecuada en el puesto adecuado". Tanto para los clientes de la empresa como para los empleados candidatos es lo que la empresa promete. Todas las actividades, pero también el desarrollo de los servicios, se guían por esta promesa. El servicio más básico de una empresa de empleo es publicar un anuncio de trabajo en su sitio web, que conecta a todas las partes, clientes - empleadores, sus posibles empleados y la propia empresa.



Fuente: https://miro.medium.com/max/2400/1*5Hqow-kbZRuDV3cdXRdOig.png

Todo producto o servicio trata de resolver un problema o satisfacer una necesidad. La propuesta de valor se refiere a los argumentos básicos de por qué el cliente / usuario compra el producto o el servicio.

Los componentes indicativos de la propuesta de valor son los siguientes:

- Rendimiento. El mejor rendimiento pretende ser la marca registrada de muchas ofertas de productos a lo largo de los años. Muchas empresas e industrias consiguen crecer por décadas mejorando las versiones de rendimiento de los mismos productos.
- Personalización (adaptarse a las necesidades de cada cliente). Los consumidores modernos creen en la autoexpresión y el individualismo. Esperan que los productos que utilizan sean una extensión de su personalidad y un medio, a través del cual pueden transmitir sus valores y prioridades al mundo.
- Nombre de la marca / estado. La marca y el estatus pueden combinarse, ya que están interconectados. La gente mostrará su fe en un diseño basándose en el estatus de la marca.
- Mejora del precio. Uno de los elementos más comunes en los que se basa una propuesta de valor es el precio. Hay muchas empresas que entran en el mercado ofreciendo un producto o un servicio más barato que las opciones existentes.
- Reducción de los costes de explotación. Los productos y servicios sirven para mejorar la experiencia del cliente reduciendo el coste. La tecnología ha jugado un papel importante en ello.
- Reducción del riesgo. Cuanto menor sea el riesgo asociado a la compra de un producto o un servicio, más valor tendrá el cliente de él. La reducción del riesgo proporciona una tranquilidad al consumidor.
- Accesibilidad. Otro ingrediente clave para una propuesta de valor eficaz y fiable es crear un producto o servicio asequible que no era accesible para un sector de consumidores. Tanto las tecnologías innovadoras como las variaciones en los modelos de negocio han propiciado la accesibilidad de la oferta a los clientes no atendidos.
- Conveniencia / Utilidad. Ofrecer a los consumidores un producto que aumenta la comodidad y la utilidad es una propuesta de valor muy sólida.