

Fuentes de diferenciación afuera del producto

Por: José Ignacio Tobón L.
director@joseitobon.com

La diferenciación es la posibilidad de supervivencia de los seres humanos y las empresas y por esto será un tema de perpetuo interés. Tenemos que ser diferentes y hacer diferentes nuestros productos. Queremos presentarle unas ideas simples de MacMillan y McGrath, expertos de Harvard, que podrán ser de utilidad para usted.

La idea central es que la mayoría de las empresas cuando piensa en diferenciación se concentra excesivamente en el producto mismo, algo que requiere mucha innovación y esfuerzo. Es preciso entender que la diferenciación puede estar más afuera del producto y ese trabajo de diferenciación puede ser de alto beneficio costo. Estos expertos sugieren buscar diferenciación en la Cadena de Consumo.

Cadena de Consumo

La idea es pensar en todos los pasos que deben darse para que el producto sea consumido, es la experiencia total del cliente. En dicha cadena de consumo existen posibilidades de innovar y diferenciarse. Para ayudar a entender estas oportunidades de diferenciación, los expertos hacen las siguientes preguntas y usted debe buscar la forma de hacer las cosas diferentes. El análisis profundo de cada pregunta puede ser una fuente de diferenciación.

Awareness

Cómo se enteran las personas de la existencia de mi producto? Cómo saben que mi producto puede satisfacer las necesidades de ellos? Son conscientes ellas de las necesidades que tienen?

Búsqueda

Cómo los consumidores encuentran mis ofertas? Qué tan disponible está mi producto? En qué lugares lo pueden encontrar? Puedo aumentar su ubicuidad? Puede hacerse el proceso de búsqueda más simple, más conveniente, menos costoso y más habitual?

Decisión

Cómo los consumidores toman su decisión final? Puede ser un proceso más confortable y más conveniente? Tienen fácilmente disponible la información simple para la toma de decisión?

Compra

Cómo los clientes compran (ordenan) el producto? Puede ser un proceso de compra simple y conveniente? Es un proceso de compra de bajo costo y de mínimas molestias? Los procesos de recompra son simples y automáticos?

Entrega

Cómo entrego mi producto? La entrega es libre de errores? Hay sistemas de entrega urgente y coherentes con las circunstancias del cliente? Los asociados en el sistema de entrega son confiables?

Recepción e instalación

Qué ocurre cuándo mi producto es entregado? Están claros los procesos de apertura, inspección, transporte y ensamblado? Hay asistencia técnica suficiente para este proceso?

Pago

Cómo el producto es pagado? El cliente puede pagar de múltiples formas? Las facturas son simples y claras para el cliente? Las molestias del cliente para pagar son mínimas? Los costos del proceso de pago son bajos?

Almacenamiento y transporte

Cómo es almacenado el producto? Los costos de almacenamiento para el cliente son bajos? El almacenamiento es simple, efectivo y de bajo riesgo? El transporte interno del producto es eficiente y seguro?

Uso

Para qué realmente el cliente usa el producto? El cliente sabe como usar bien el producto? El cliente saca todos los beneficios que el producto ofrece? El cliente recibe asesoría para usar el producto?

Devolución, reparación y disposición

Cómo se manejan las devoluciones? El sistema de reparación es ágil y eficiente? El proceso de disposición final del producto es eficiente?