

12.3 CONFORMACION DE PROPUESTA DE VALOR

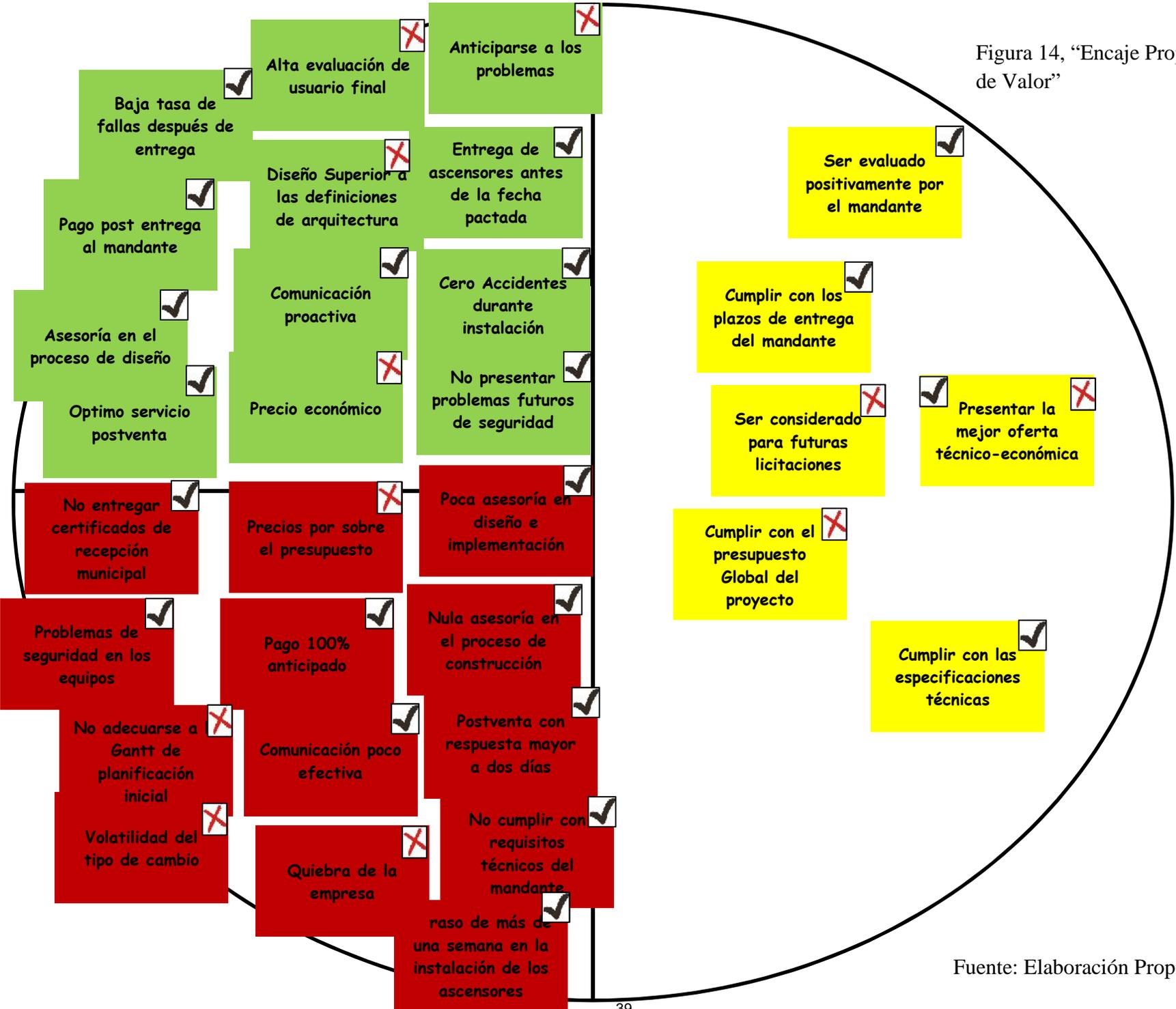
Encaje

Al encaje se llega cuando los clientes se ilusionan con la propuesta de valor que se presenta. Esto ocurre cuando se aborda los trabajos importantes para el cliente. Se alivian sus frustraciones extremas y se crean alegrías esenciales para ellos. Los clientes esperan y desean muchas cosas de los productos y servicios, aunque también saben que no pueden tenerlo todo. Para cumplir de mejor forma lo anterior, hay que centrarse en las alegrías que les importan más, y que marcan la diferencia. Por contraparte, los clientes tienen un montón de frustraciones y ninguna empresa puede encargarse de todas ellas de manera razonable. De forma similar que con las alegrías se debe concentrar en los puntos más importantes, y en aquellos que no hayan sido abordados lo suficiente.

El tipo de encaje de la propuesta de valor conformada, es del tipo producto-mercado. Este tipo de encaje tiene lugar cuando existen pruebas de que los productos y servicios, los aliviadores de frustraciones y los creadores de alegrías realmente crean valor para el cliente y encuentran tracción en el mercado. Este tipo de encaje es un proceso largo y repetitivo, no ocurre de la noche a la mañana, es un proceso que debe ser revisado y actualizado, según la evolución de las necesidades de los clientes.

En la siguiente Figura 14, se realiza una representación gráfica del encaje para . donde se ha indicado visualmente los puntos que encajan y los que no se alienan, con los requerimientos de los clientes y los productos y servicios de

Figura 14, “Encaje Propuesta de Valor”

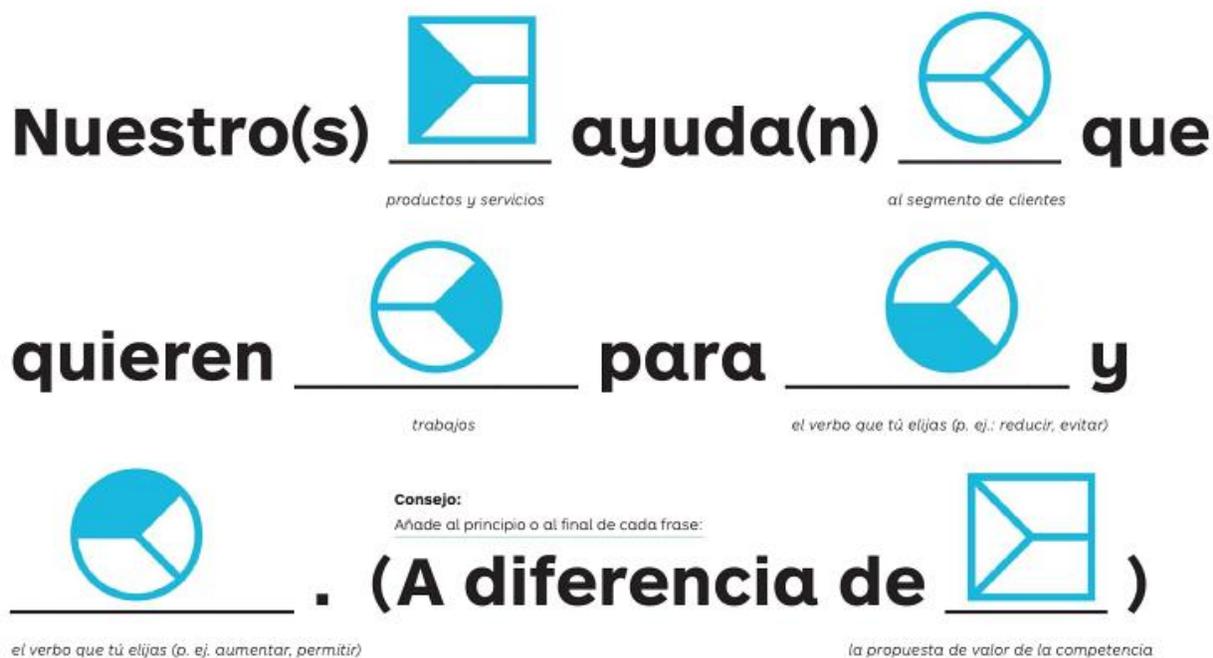


Fuente: Elaboración Propia

Se espera con la confección de la propuesta de valor, construir relaciones duraderas con los clientes. Con esto, los clientes sienten que la empresa entiende sus problemas y confían en que se desarrollará soluciones hechas a la medida.

Para confeccionar la propuesta de valor, se ha seguido un prototipo esquemático basado en el levantamiento anterior de productos, segmentación, trabajos, frustraciones y alegrías del cliente. El cuadro esquemático a utilizar es el siguiente:

Figura 15, “Esquema tipo de una Propuesta de Valor”



Fuente: OSTERWALDER ALEXANDER, PIGNEUR YVES, SMITH ALAN, BERNARDA GREGORY. 2015. Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. Barcelona, Centro Libros. 112p.

Considerado esta plantilla se han generado una serie de prototipos, partiendo de las definiciones más literales, a versiones semánticamente más adecuadas y que mantengan el espíritu de aunar las distintas dimensiones analizadas: rescatar lo que motiva al cliente, rescatar lo que la empresa ofrece y encaja con el cliente.

Prototipo 1

Nuestra Asesoría en Venta, Planificación de Instalación de Equipos, Servicio Técnico 24 Horas, Proveedores Clase Mundial; **ayudan** a nuestros clientes, quienes **quieren** ser evaluados positivamente por sus mandantes, cumpliendo con las planificaciones preestablecidas y especificaciones técnicas establecidas, **para** evitar comunicación poco efectiva, poca asesoría en diseño e implementación, problemas de seguridad en equipos y **potenciar** Alta evaluación de usuario final, Pago post entrega al mandante, Optimo servicio postventa, Entrega de ascensores antes de la fecha pactada.

Prototipo 2

Nuestra asesoría cercana en la venta y postventa, de servicios de transporte vertical, **ayudan** a nuestros clientes, quienes **quieren** ser evaluados positivamente por sus mandantes, cumpliendo con las planificaciones preestablecidas y especificaciones técnicas establecidas, **para** evitar comunicación poco efectiva, poca asesoría en diseño e implementación, problemas de seguridad en equipos y **permitiendo** entregar optimas soluciones para los sus clientes, agregando valor a sus clientes con diversas soluciones que privilegien la calidad y seguridad.

Prototipo 3

Ofrecemos una asesoría cercana en nuestros distintos servicios de transporte vertical, **buscamos** que nuestros clientes, quienes **quieren** ser evaluados positivamente por sus mandantes, velando el cumplimiento de sus planificaciones y especificaciones técnicas, **para** evitar comunicación poco efectiva, poca asesoría en diseño e implementación, problemas de seguridad en equipos y **permitiendo** entregar optimas soluciones para los sus clientes, agregando valor a sus clientes con diversas soluciones que privilegien la calidad y seguridad.

Prototipo 4

Nuestros servicios de transporte vertical, **ayudan** a nuestros clientes a ser evaluados positivamente por sus mandantes, velando el cumplimiento de sus planificaciones y especificaciones técnicas, **para** evitar comunicación poco efectiva, poca asesoría en diseño e implementación, problemas de seguridad en equipos y **agregando** valor a sus clientes, con diversas soluciones que privilegian la calidad y seguridad.

Prototipo 5

Nuestros servicios de transporte vertical, **ayudan** a nuestros clientes a ser evaluados positivamente por sus mandantes, velando cumplir sus requerimientos técnicos y de planificación. Buscamos desarrollar con nuestros clientes una comunicación clara queremos acompañarlo y asesorarlo, en el diseño e implementación de sus requerimientos de transporte vertical y **agregando** valor a sus clientes, con diversas soluciones que privilegian la calidad y seguridad.

Propuesta de Valor Final

Nuestros servicios de transporte vertical, ayudan a nuestros clientes a ser evaluados positivamente por sus mandantes, velando cumplir sus requerimientos técnicos y de planificación. Velamos por desarrollar una comunicación clara y efectiva, queremos asesorarlo cercanamente en el diseño e implementación de sus requerimientos de transporte vertical, buscamos agregarles valor con diversas soluciones a su medida, que privilegian la calidad y seguridad.