

iYo emprendo!

Angelie Jimena Perez Agüero
10-3



iYo emprendo!



Cual es el tema que nos interesa?

Tema: Mi marca empresarial.

Problema: Baja diferenciación en el mercado.

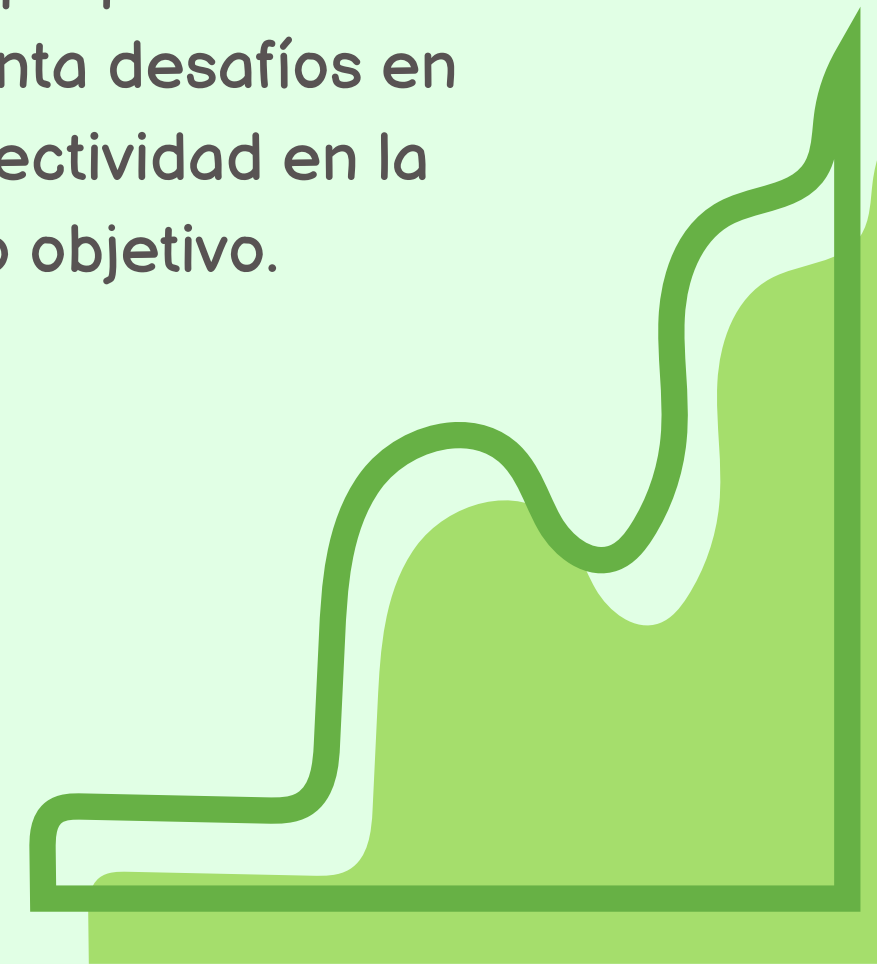
Descripción: La marca empresarial lucha por diferenciarse en un mercado competitivo, lo que lleva a baja lealtad del cliente y presión en precios debido a la falta de una propuesta de valor única y claramente comunicada.

Por que es importante este tema?

Por q la diferenciación en el mercado es crucial porque permite a una marca destacarse frente a la competencia, evitando la competencia solo en precios, fomentando la lealtad del cliente, mejorando la visibilidad y facilitando estrategias de marketing efectivas. Sin una propuesta de valor clara y única, la marca enfrenta desafíos en rentabilidad, reconocimiento y efectividad en la comunicación con su público objetivo.

Para quienes lo vamos a hacer?

El enfoque en la diferenciación de marca busca beneficiar a clientes potenciales, equipo de marketing, equipo de ventas, inversores, socios y desarrolladores de producto, al mejorar la atracción, retención y comunicación del valor único de la marca en el mercado.



iYo emprendo!

Para q es la actividad?

El objetivo de esta actividad es desarrollar una propuesta de valor única para la marca, que permita destacarse en un mercado competitivo, atraer y retener clientes, y mejorar la efectividad en marketing y ventas, asegurando así un posicionamiento sólido y sostenible en el mercado.

Que queremos lograr?

Queremos lograr una clara diferenciación de la marca, aumentar su visibilidad, atraer y retener clientes, optimizar las estrategias de marketing y ventas, y mejorar la rentabilidad.

Que es lo q vamos a hacer?

Vamos a analizar el mercado, definir una propuesta de valor única, segmentar el público objetivo, desarrollar mensajes de marketing, implementar estrategias de comunicación, capacitar a los equipos, y monitorear y ajustar las acciones según los resultados.

iYo emprendo!

Que necesitamos?

Necesitamos datos de mercado, herramientas de investigación, un equipo creativo, presupuesto de marketing, materiales de capacitación y plataformas digitales.

Quien lo hace?

Lo hago yo, Angelic Jimena Pérez Agüero

Como lo vamos a hacer?

Cronograma

1. Semana 1-2: Análisis de mercado.
2. Semana 3-4: Definición de la propuesta de valor.
3. Semana 5-6: Segmentación de clientes.
4. Semana 7-8: Desarrollo de mensajes clave.
5. Semana 9-10: Implementación de estrategias de marketing.
6. Semana 11-12: Capacitación del equipo.
7. Semana 13-14: Monitoreo y ajustes.