BUENO, BONITO Y CARITO

Cómo diferenciarse para dejar de competir por precio

Cuando un cliente no percibe diferencia, decidirá por precio. Sin embargo, esto no significa que no tenga diferenciales, sino que probablemente no los está comunicando efectivamente. Explique de manera específica, por qué un cliente debería comprarle a usted en lugar de su competencia.

Tipo de cliente: Defina el tipo de cliente para el cual construirá los diferenciales.

Producto: Defina sobre qué producto o línea va a trabajar los diferenciales.

Diferencial: ¿Por qué debería comprarle a usted en lugar de otra opción?

bienpensado®

Copyright © Bien Pensado. Bueno, Bonito y Carito y este documento están protegidos por Derechos de Autor.