TALLER DE DIFERENCIACIÓN

by bienpensado®

Taller de Diferenciación de 2 días en Cali: Abril 29 y 30 de 2015 (8:00 am a 5:00 pm cada día)

Un negocio se ve obligado a competir por precio por una de dos razones. O bien, le está queriendo vender al cliente equivocado, o no ha comunicado efectivamente su diferencial. Recuerde que si el mercado no percibe diferencia, decidirá por la única variable que podrá comparar: el precio. Y competir por precio es un terreno muy peligroso, pues siempre habrá alguien dispuesto a bajarlo un poco más.

La continuación de Cómo diferenciarse de la competencia



Si la conferencia Cómo diferenciarse de la competencia le despertó el interés de trabajar en su diferencial, con este taller podrá llevarlo a la realidad. Diferenciarse no es sólo cuestión de supervivencia, sino una alternativa para construir un negocio único y que sea realmente relevante para sus clientes.

Objetivo del Taller de Diferenciación

El objetivo del taller es construir El Modelo de Diferenciación para su negocio.

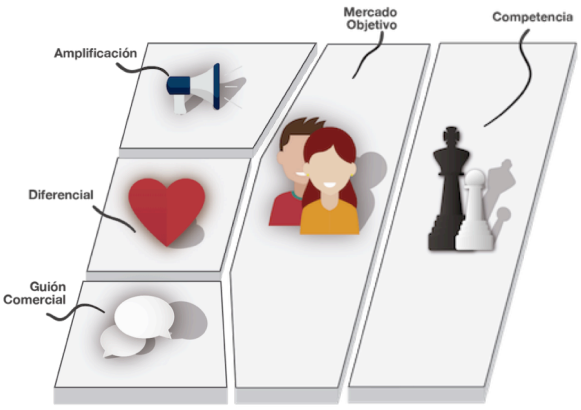
El Modelo de Diferenciación es el rompecabezas para que todo negocio, sin importar el sector en el que se encuentre, pueda construir y comunicar un poderoso diferencial que lo aleje de la monotonía de su mercado y se vuelva relevante para sus clientes. En este taller de dos días con David Gómez, logrará enfocar su mercado objetivo, diseñar su diferencial y establecer la mejor forma de comunicarlo. Ahora es la oportunidad de pasar de la teoría a la práctica, redefiniendo la forma como presenta su propuesta de valor al mercado.

Metodología de trabajo: El Modelo de Diferenciación

En el taller desarrollará El Modelo de Diferenciación para su negocio, bajo la guía y orientación de David Gómez. Aproveche esta única oportunidad de recibir asesoría personalizada para diseñar su diferencial.

El Modelo de Diferenciación se compone de 5 módulos, los cuales se trabajan en los dos días:

1. Mercado Objetivo
2. Competencia
3. Diferencial
4. Amplificación
5. Guión Comercial



El Modelo de Diferenciación

Módulo 1 – Enfoque su Mercado Objetivo

Redefina el mercado al cual se dirige, de manera que su diferencial sea relevante y significativo para esas personas. Deje de perseguir al cliente equivocado y enfóquese en aquellos que genera más valor. Aquí buscamos responder a la pregunta: ¿Para quiénes queremos ser relevantes?

Qué logramos en este módulo: Definición detallada de su cliente objetivo ideal.

Módulo 2 – Analice la Competencia

Estudie muy bien a su competencia y entienda cómo se están queriendo posicionar. Necesitamos saber qué dicen para no decir lo mismo y lograr apropiarnos de un aspecto que nadie más esté comunicando. Aquí la pregunta es: ¿Qué están diciendo los competidores?

Qué logramos en este módulo: Tener claro el posicionamiento de cada competidor.

Módulo 3 – Diseñe su Diferencial

Explore los distintos caminos para seleccionar aquel sobre el cual pueda construir su diferencial. Son 10 alternativas que puede revisar para saber en cuál de ellas podría estar su diferencial mejor sustentado. Qué buscamos responder: ¿Cuál es el elemento diferencial de nuestra marca?

Qué logramos en este módulo: Definición de su diferencial.

Módulo 4 – Amplifique su diferencial

Su negocio puede tener un poderoso diferencial, pero a menos que los clientes se enteren y lo reconozcan, servirá de poco. Maximice su alcance al mercado objetivo previamente definido, para que sea una razón de preferencia. Aquí la pregunta es: ¿Cómo comunicarlo en cada punto de contacto con el cliente?

Qué logramos en este módulo: Cómo comunicar el diferencial en cada punto de contacto.

Módulo 5 – Construya su Guión Comercial

El objetivo de diferenciarse es lograr la preferencia de los clientes, pues a menos que ese argumento nos ayude a vender más, sólo habrá sido un lindo ejercicio teórico. Por eso aquí aprendemos y aplicamos una poderosa herramienta para llevar el diferencial a la práctica: Las 3 Cartas de Negociación.

Qué logramos en este módulo: Cómo usar el diferencial como herramienta de negociación.

Conozca en este video los detalles del Modelo de Diferenciación: https://youtu.be/-yXvWvqrGJQ



Agenda del Taller

Tareas previas – Para sacarle el mayor provecho al taller, es muy importante que cada empresa asistente realice unas tareas previas que se informarán una vez se realice el pago.

DÍA 1 – MIÉRCOLES 29 DE ABRIL

8:00 am	Presentación de las compañías participantes
8:30	El Modelo de Diferenciación – nuestro plan de vuelo
Módulo 1 – Mercado Objetivo	
8:45	Conceptos básicos Mercado Objetivo: qué estamos buscando
9:00	Ejercicio: Definición del Mercado Objetivo Ideal de cada compañía
10:00	Ejercicio: Chequeo de realidad (viabilidad) para cada compañía
10:30	*Coffee break*
11:00	Cada compañía presenta su mercado objetivo ideal
Módulo 2 – Competencia	
12:00	Conceptos básicos Competencia: qué estamos buscando
12:30	*Almuerzo libre*
2:00 pm	Ejercicio: Análisis competitivo
2:30	Ejercicio: Posicionamiento de principales competidores
3:00	Cada compañía presenta el mensaje central de cada competidor
Módulo 3 – Diferencial	
3:30	Conceptos básicos Diferencial: qué estamos buscando
4:00	*Coffee break*
4:30	Ejercicio: Resultados de entrevistas a clientes – hipótesis de diferencial
5:00	Fin del primer día

DÍA 2 – JUEVES 30 DE ABRIL

Módulo 3 – Diferencial (continuación)

8:00 am	Retomamos resultados entrevistas a clientes
8:30	Ejercicio: Prueba de fuego – validación del diferencial
9:00	Ejercicio: Construcción del diferencial
9:30	Cada compañía sustenta su diferencial
10:30	*Coffee break*

Módulo 4 – Amplificación

11:00	Conceptos básicos Amplificación: qué estamos buscando
11:20	Ejercicio: Definición de los puntos de contacto para cada empresa
11:30	Ejercicio: Cómo aplica el diferencial en cada punto de contacto
12:00	Cada compañía explica cómo ejecutar el diferencial en cada punto de contacto
12:30	*Almuerzo libre*

Módulo 5 – Guión Comercial

2:00 pm	Conceptos básicos Guión Comercial: qué estamos buscando
2:20	Ejercicio: Aplicación del diferencial y los beneficios a los argumentos de venta
3:00	Ejercicio: Redacción del Guión Comercial para Las 3 Cartas de Negociación
4:00	*Coffee break*
4:30	Cada compañía presenta su Guión Comercial
5:00	Fin del taller

Facilitador: David Gómez



Director de Bien Pensado. Por más de 20 años ha ayudado a cientos de compañías a vender basadas en su propuesta única de valor, diferenciándose de la competencia. Autor de los libros "El día que David venció a Goliat" (3a edición) y "Facebook Toolbox". Coach, blogger, speaker y uno de los 7 Master Consultant de Duct Tape Marketing que existen en el mundo (el único de habla hispana).

Ha sido Director de Marketing y Ventas de Varta, Avery Dennison y Grupo Latino de Publicidad; docente en los posgrados de mercadeo de la Universidad de los Andes y la Universidad Javeriana; y ha asesorado múltiples compañías en el desarrollo de sus estrategias de marketing. Administrador de Empresas de la Universidad Javeriana, Especialista en Psicología del Consumidor de la Konrad Lorenz y MBA de Icesi-Tulane University.

Inversión y formas de pago

$1.000.000 la primera persona, y de la segunda en delante de la misma empresa, $500.000 cada una. Los valores ya incluyen el 16% de IVA.

Personas por empresa	Valor total	Valor promedio por persona
1 persona	$1.000.000	$1.000.000
2 personas	$1.500.000	$750.000
3 personas	$2.000.000	$666.666
4 personas	$2.500.000	$625.000
5 personas	$3.000.000	$600.000
6 personas	$3.500.000	$583.333
7 personas	$4.000.000	$571.428
8 personas	$4.500.000	$562.500
9 personas	$5.000.000	$555.555
10 personas	$5.500.000	$550.000

Formas de pago

- Consignación o transferencia bancaria: Una vez nos envíe la confirmación, le enviaremos los datos de la cuenta para hacer el pago.
- Tarjeta de crédito o débito: Se envía un enlace con el valor a pagar, de acuerdo al número de asistentes de la empresa.

Con el fin de dedicar el suficiente tiempo a las necesidades de cada compañía, el número de participantes en el taller está **limitado a 30 personas**, por lo que le pedimos el favor de confirmar lo antes posible y así garantizar su cupo.

Los cupos se irán asignando en el orden que se realicen los pagos. En caso de que se agoten los 30 cupos disponibles, evaluaremos la posibilidad de realizar un segundo taller, dependiendo del número de personas interesadas.

Para realizar el pago

Por favor envíe un email a **María Angélica Hidalgo** especificando el nombre de la empresa y el número de personas que asistirán de la misma, a **administracion@bienpensado.com**, quien le enviará de vuelta las instrucciones de pago. El procedimiento lo hacemos así para controlar el número de asistentes y evitar que alguien pague sin que exista el cupo.

Para comunicarse con David Gómez, puede escribirle a dgomez@bienpensado.com.

Qué sigue en el proceso

Envíenos el número de asistentes de su empresa – Envíe por favor a María Angélica Hidalgo al correo administración@bienpensado.com el nombre de la empresa y el número de personas que asistirán.

Le enviaremos los datos para pagar – María Angélica le regresará el correo con los datos para el pago, sea consignación, transferencia, tarjeta de crédito o débito (para estas dos últimas opciones le enviamos un enlace de Pagosonline).

Realización del pago – De acuerdo al método de pago seleccionado, realice el pago del taller y envíe constancia de consignación, transferencia o pago por email a María Angélica Hidalgo a administración@bienpensado.com.

Confirmación de los cupos – Una vez recibamos la constancia de pago le contestaremos con la confirmación de los cupos para el taller.

Envío de las tareas previas a desarrollar – Acto seguido le enviaremos las instrucciones sobre las tareas que debe realizar previas al taller, para así llevar trabajo adelantado y sacar el máximo provecho del mismo.

Asistencia al taller – El siguiente paso es asistir al taller con toda la información que haya desarrollado e investigado previamente, el cual se realizará los días 29 y 30 de Abril de 2015 en la ciudad de Cali. El lugar lo informaremos próximamente.