



La importancia del posicionamiento de tu marca

* Por David Martínez

La marca es el sello que se deja en las personas, si construyes una marca que hace que las personas se sientan bien y con confianza, vas por un buen camino. Hoy en día los consumidores tienen a su alcance demasiadas opciones de productos similares en la misma categoría y en un rango de precios similares.

¿Cómo ganarle a la competencia? El consumidor cada vez es más exigente, las marcas se encuentran con más dificultades para llegar al corazón de los consumidores y dejar huella en él.

¿Cómo persuadir a los consumidores de que tu producto es mejor y mantenerse en su mente?

En la actualidad es más fácil impactar a un consumidor, pero es más difícil que realmente se acuerde de la marca. Para lograr ese impacto único la clave se encuentra en el impacto emocional, es decir, se necesita crear vínculos con el consumidor a través de los valores de la marca.

¿Por qué es importante tener una

marca?

Contar con el registro de marca es fundamental para proteger la innovación de las pequeñas y medianas empresas (pymes), así como de los emprendedores.

La marca protege el nombre con el que se va a identificar un producto o servicio. Debe ser parte de la estrategia de cualquier negocio, debido a que aumenta la credibilidad de la empresa y, por ende, abre caminos hacia una expansión.

Sin duda, tener una marca fuerte te brinda una mejor posición de partida en el mercado. Una marca te genera confianza, y la confianza hace que la compra sea mucho más fácil. Además, tener una marca establecida hará que más personas te compren más productos por más años independientemente si el precio es más alto. Las empresas que ya han establecido una marca sólida se dan el lujo de disfrutar de ser de confianza. Si quieres construir, posicionar y establecer una marca sólida esto es lo que necesitas:



- 1.- Determina a quién le vas a vender y conocer las características, intereses, poder adquisitivo y gustos de los compradores.
- 2.- Proyectar la marca, es necesario que conozcas los beneficios de tu marca y se los hagas saber a los clientes.
- 3.- Conoce el mercado en el que se desenvuelve tu marca, investigaciones de mercado, pruebas directas, experiencias de compradores y demás indicadores para conocer el entorno.
- 4.- Hazte preguntas, ¿Quién eres? ¿Qué haces? ¿Qué tan importante es? ¿Qué beneficios ofrece tu marca? ¿Cuáles son tus estrategias? ¿Quiénes son tus competidores? ¿Cómo es percibida tu marca? ¿Qué quieren los clientes? ¿Cuáles son las necesidades de los clientes? ¿Cómo vas a posicionar tu marca? ¿Cuáles son los recursos que tengo?
- 5.- Desarrolla acciones que se encaminen a posicionar la marca y sus productos o servicios.
- 6.- Recuerda, todo se trata de los sentimientos, tu marca tiene todas las funcionalidades que tus consumidores necesitan, utiliza un vendedor educado, un paquete agradable, una

experiencia placentera en la tienda y que el producto sea fácil de utilizar, así lograrás que el cliente se sienta bien.

- 7.- Destaca de la multitud, sé diferente, en el mercado altamente competitivo tienes que ser disruptivo.
- 8.- Piensa desde la perspectiva de los compradores, ponte en sus zapatos. No estás tratando de convencerlos de nada, estás tratando de mostrarles cómo vas a hacerles la vida más fácil. Crear una marca para representar su producto –servicio está bien. Pero lo que se sugiere es construir el producto– servicio de forma que se convierta en una marca en sí misma, por su calidad absoluta. Si su hoja de ruta se centra en los beneficios para el cliente, definitivamente se convertirá en la mejor opción para las personas. La marca se consolida cuando aporta e impacta de manera positiva, cuando facilitan la vida de la gente, si tu marca ayuda a ganar más, a gastar menos, crear bienestar y ahorrar tiempo seguramente lo estás haciendo bien.

* RMR Consultores en Innovación Disruptiva corporativo@rmr.mx

