

**F2**

**FICHA NÚMERO 2**

**Título: Un producto diferencial**

---

**RESUMEN:**

Tu producto puede ser tangible, o intangible. Una idea, método o producto, no tiene porque ser revolucionario: hay ideas que si se detectan pueden convertirse en solución de vida para algunas personas.

---

**Haz de tu marca algo distinto en el mercado**

¿Os habéis preguntado alguna vez por qué cuando vas a coger de la estantería de un supermercado un producto de una determinada marca, de pronto paras tu mano en el aire, cambias de opinión y coges el de al lado? La razón se llama "posicionamiento", y el motivo es que, con independencia de cuál fuera la primera marca en que te fijaste, la que finalmente elegiste es la que estaba mejor posicionada en tu mente.

Pero ¿qué es realmente el posicionamiento? Es, como casi todas las cosas en marketing, una cuestión de percepción, y consiste en conseguir que nuestra marca se grave en la mente de nuestros clientes potenciales en la forma en que a nosotros nos convenga y asociada al concepto que hayamos definido previamente.

Un consejo: No importa si nuestro producto es mejor, más duradero, de más calidad,... que la competencia, si el cliente lo percibe realmente así. Dicho más claramente: el posicionamiento tiene que ver con la forma en que los clientes nos ven. Claro que, obviamente, si la realidad coincide con el posicionamiento que queremos, tanto mejor, y sobre todo será mucho más fácil conseguirlo.

Pero lo que más gusta de una actividad es lograr destacar un "elemento diferencial" de mi producto, marca, etc., respecto a la competencia. Algo que lo haga distinto, mejor, más atractivo, más deseable. Y no importa si es algo objetivo, como ser más barato, o algo tremendamente subjetivo, como que nuestra crema nos ayude a estar más a gusto con nosotros mismos.

Y os preguntaréis: ¿Y cómo voy yo, sin apenas presupuesto, a conseguir posicionar mis productos? La verdad es que no es sencillo, pero tampoco imposible. Y, sobre todo, lo importante es que puede hacerse a golpe de millones, como están haciendo tantos sitios web, o con muy poca inversión, aunque trabajando muy duro, como hacemos la mayoría de los emprendedores. Lo único que hace falta es saber cómo hacerlo.

La clave del posicionamiento está en dos conceptos que supongo habréis oído más de una vez, aunque es posible que no sepáis exactamente a qué se refieren:

Lo cierto es que para empezar a caminar por el sendero del posicionamiento, lo primero que tendrás que hacer es sentarte con un papel y un lápiz e intentar poner por escrito tu USP. En un máximo de dos líneas y veinte palabras. Y si no puedes hacerlo, tendrás que empezar a trabajar en esa definición, porque sin ella no puedes intentar posicionar adecuadamente tu producto.

