



PROPOSICIÓN DE VALOR



- ¿Qué necesidad o problema resolvéis?
- ¿Qué es lo que te hace diferente y, por lo tanto, es por lo que tu cliente está dispuesto a pagarte?



Recuerda que:

- Es la razón por la que los clientes elegirán nuestra empresa, nuestro producto o servicio y lo que nos diferencia de la competencia.
- Nuestro valor puede ser:
 - Cuantitativo: por ej., el precio
 - Cualitativo: por ej., el diseño
- La diferenciación de la competencia puede venir a través de:
 - Novedad
 - Prestaciones
 - Personalización
 - Facilitar el trabajo
 - Diseño
 - Marca/Status
 - Precio
 - Reducción de riesgo
 - Disponibilidad



No olvidéis que el comité evaluador valorará:

- Especificar con claridad y detalle qué problema resolvéis a vuestros clientes, explicando en qué radica el carácter novedoso del proyecto.
- Describir con claridad qué factor o factores resultan destacables al definir la propuesta de valor (factores tales como el precio, la calidad, el diseño, la seguridad, etc.) para vuestro cliente o segmento de clientes.



Caso práctico, IOIKAN:

El valor que aportan nuestros amigos con su proyecto es la realización de diseños personalizados en los skates que ofrecen a sus clientes.



IMPULSA

EL CORREO

PATROCINAN

Sabadell
Estar donde estás

Bilbao
BILBAO
AYUNTAMIENTO

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

EMPRESAS MENTORAS

FUNDACIÓN
RIEDEL
LABORATORIO

Comunidad Vasca
Ayuntamiento de Portugalete

BasqueLab
Ingeniería

BRIDGESTONE

lurpelan

MICHELIN
Fundación

Getxo
BIZKAIA

arm
robotics

Sestao
lan

COLABORAN

Tknika
LABORIO DE INGENIERIA Y TECNOLOGIA
CENTRO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNICO

Universidad
del País Vasco