

## GRUPO 2

Imane, M<sup>a</sup> Lourdes, Kenza, Tania, y Carla.

### Propuesta de valor

1. Características: Materiales, peso, tipo servicio, modular...
2. Cartera de productos: versiones, modelos, diferentes servicios
3. ¿Qué valor aportamos al cliente? ¿Por qué nos compran a nosotros? Economía circular, sostenibilidad, precio, diferenciación, diseño accesibilidad.

#### 4. Competencia

- ¿Quiénes son nuestros principales competidores?
- ¿En qué nos diferenciamos/desmarcamos de ellos? Posicionamiento
- Mapa de posicionamiento

#### 1. El producto:

Es un velo típico musulmán que lo llevan las mujeres musulmanas.

Las características que tiene este producto es que el tamaño no varía entre las diferentes edades. Es un producto ligero y con dimensiones de:

tamaño: estándar

ancho: 70 cm

altura: 200 cm

Los materiales son poliéster (plástico reciclado), algodón y satín

#### 2. Cartera de productos:

Nos centramos sobre todo en dos modelos. El primero sería el modelo estándar, es decir un único color o monocolor; el segundo modelo sería con patrones o diseños, por ejemplo diseños de naturaleza; y el tercer modelo sería el modelo premium, es decir, el cliente encargaría un patrón especial a un precio coherente a lo que pida.

Por otro lado, el servicio se centraría en la venta online de este producto, es decir, por página web. Además, la venta puede ser en packs de hasta 8 tipos, o también puede ser a unidades.

#### 3. Valor que aportamos al cliente:

Somos una empresa de economía circular y reciclamos el 90% de nuestro producto.

Además, nuestros precios son asequibles y competitivos. Nos compran a nosotros:

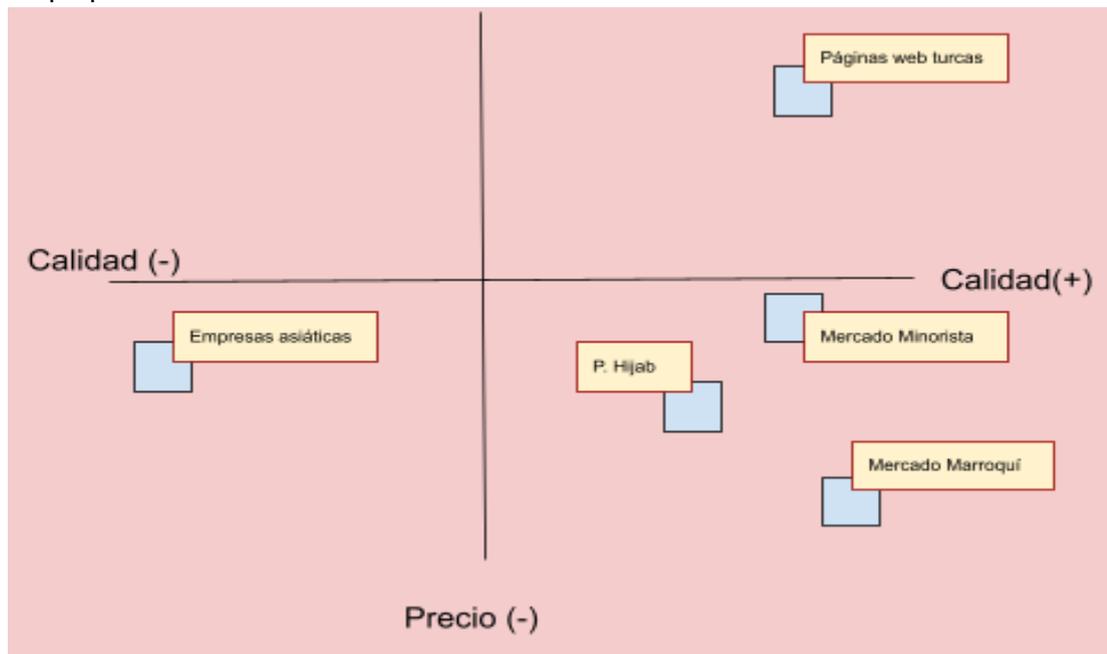
Nos diferenciamos en la economía circular de nuestra empresa y en nuestros precios asequibles

#### 4. Competencias

Nuestros principales competidores serían el mercado marroquí (las ventas del producto que se traen desde allí a España), páginas web de origen turco y los mercados minoristas musulmanes de España

Nos diferenciamos en la economía circular de nuestra empresa, utilizamos recursos sostenibles, diseño original e innovador. Finalmente precios asequibles y competitivos.

Mapa posicionamiento:



Como se puede observar en el mapa de posicionamiento, nos encontramos con menor calidad que el mercado minorista y el mercado marroquí, al no ser nuestro producto completamente originario. Sin embargo, tenemos más calidad que las empresas asiáticas utilizando material reciclado.

Por último, nuestros precios son más asequibles que en el mercado minorista, las páginas web turcas y las empresas asiáticas, consiguiendo así una buena posición en comparación.