

Para hacer este apartado es necesario leer la teoría.

TRABAJO A REALIZAR EN DRIVE

1. Estrategia de la empresa

Decide qué estrategia competitiva llevará a cabo vuestra empresa

2. Justificación

Explica por qué habéis elegido esta estrategia. La explicación tiene que estar basada en la teoría y relacionada con vuestra empresa.

Teoría

La *estrategia competitiva* de la empresa persigue obtener algún tipo de ventaja que permita a la empresa obtener mejores resultados que sus competidores. Para obtener una ventaja competitiva existen tres posibles estrategias:

1. Liderazgo de costes

Consiste en fijar un precio menor que los competidores y mantener una calidad aceptable con el objeto de rebajar sus precios y aumentar sus ventas. Es adecuado para productos que tienen muchos productos sustitutivos y va dirigido a los segmentos de población que buscan una relación calidad-precio baja.

Primark se caracteriza por unos precios inferiores a la competencia.

2. Diferenciación

Consiste en lograr que el producto ofrecido se perciba en el mercado como único y exclusivo y así los clientes están dispuestos a pagar más. Puede estar basada en:

- a. **Diferenciación del producto:** características, exclusivo, diseño, buena imagen, estética, envase, propiedades, accesorios, recambios, facilidad de manejo, reciclable, ecológico, saludable, compatible con otros productos o sistemas...

Iphone se caracteriza por ofrecer unos móviles de calidad superior, diseño, imagen, prestigio y buenas aplicaciones. Por ello, los consumidores están dispuestos a pagar un precio superior.

- b. **Diferenciación del servicio:** atención al cliente, asesoramiento, garantía, facilidades de financiación, mantenimiento...

El corte inglés se caracteriza por una mejor atención al cliente, garantía, facilidades de financiación, variedad de productos y posibilidad de devolver el producto. Por ello, Los consumidores están dispuestos a pagar un precio superior.

3. Segmentación

Consiste en especializarse en un segmento de población y adoptar una estrategia de diferenciación o liderazgo de costes. Al satisfacer las necesidades de un nicho concreto, la empresa será más eficiente en el mismo que las que son más generalistas.

- a. **Segmentación y diferenciación**

Nike se centra en ropa deportiva (segmentación) y opta por calidad y diseño (diferenciación). Por ello, los consumidores están dispuestos a pagar un precio superior.

- b. **Segmentación y liderazgo de costes**

Decathlon se centra en ropa deportiva (segmentación) y opta por precios bajos (liderazgo en costes). Por ello, los consumidores están dispuestos a pagar un precio inferior.

EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS PARA LA PRESENTACIÓN

Ejemplo 1

ESTRATEGIA COMPETITIVA

DIFERENCIACIÓN intentaremos que se perciba nuestro producto como uno exclusivo. Porque creemos que nuestra principal ventaja competitiva son las características únicas que ofrece nuestro producto, así como la innovación y el uso de la tecnología para atraer a los nuevos usuarios cuyas necesidades están en constante evolución debido a los avances tecnológicos.



SEGMENTACIÓN centrándonos en un sector específico de la sociedad al que ofrecer en mayor medida nuestro producto, ya que la mayoría de nuestros clientes serán jóvenes que están familiarizados con la tecnología y sin miedo a la innovación, dejando atrás lo tradicional, en nuestro caso las tarjetas de crédito.

Ejemplo 2

Estrategia competitiva

SEGMENTACIÓN



PERSONAS QUE NECESITEN CALZADO ESPECIAL



PERSONAS CONCIENCIADAS CON EL MEDIO AMBIENTE

DIFERENCIACIÓN

«**MATERIALES + PERSONALIZABLE**»

Ejemplo 3

Estrategia de diferenciación:

Objetivo: Llegar a una gran cantidad de consumidores diferenciándonos de los principales competidores potenciales empleando una exclusividad en nuestros productos nueva y única en el campo de los cepillos eléctricos.



Ejemplo 4

Estrategia competitiva

LIDERAZGO EN COSTES

Ahorro de la luz y menor gasto económico



Poco mantenimiento del producto



Producto único con materiales reutilizables



DIFERENCIACIÓN



Solidaridad y cuidado del medio ambiente, calidad e innovador

CERCANÍA



Fidelidad cliente-empresa

