

## NUESTRO PRODUCTO O SERVICIO

La presentación de nuestro producto o como prestemos los servicios va a ser un factor diferenciador de nuestra empresa frente a la competencia.

Cuidar los detalles en cuanto a formas de entregar los mismos (envases, envoltorios, etc.) o cuidar los detalles al finalizar (limpieza, instrucciones de manipulación, atención post venta, etc). Aunque puede parecer costoso o que no vamos a recibir un mayor precio por su prestación de forma directa, a medio plazo es la mejor manera de reforzar el sistema de comunicación del *boca a boca*, aunque para eso hemos de haber conseguido clientes con antelación.

Por lo general, si se trata de ventas de productos ya elaborados y de nula manipulación por nuestra parte, este aspecto se descuida en muchas actividades de nueva creación, posicionándonos de forma automática con una imagen percibida similar a nuestros competidores, pero con la desventaja de que ellos ya poseen compradores.

Un mismo producto o servicio puede venderse de muchas maneras sin que ello nos suponga un incremento sensible de los costes (o proporcionalmente una disminución de nuestro margen comercial).

Analizar qué motiva la compra de los mismos, nos orientará acerca de los *complementos extras* que el consumidor espera recibir sin exigírsenos, pero que harán que nos elija entre otros establecimientos y nos recomiende a futuros compradores.

No hace falta hacer un trabajo exhaustivo de campo para conocer lo que puede agradar al comprador, bastando simplemente preguntarnos a nosotras mismas como consumidoras de esos productos, que apreciaríamos si se nos aportará como valor o servicio adicional.