

**NUEVO NÚMERO YA DISPONIBLE PARA TABLET**

Consulta las guías prácticas de plan de negocio de **Emprendedores**

**Emprendedores.es**

YA EN TU QUIOSCO  
NÚMERO DE MARZO



... O SUSCRIBETE ON LINE >>>  
Y AHÓRRATE UN 20% DEL PRECIO DE PORTADA (7,20 EUROS DE DESCUENTO)

Empresas de éxito	Finanzas	Tecnología	Recursos Humanos	Marketing	Habilidades	Gestión	Estrategia	Entorno	Exportación
ARCELORMITT. -0,25	B.POPULAR -0,02	B.SABADELL 0,75	BANKINTER 1,38	BBVA 0,41	BME 0,92	CRITERIA 0,40	EBRO FOODS 0,31		

24/06/2010

## Co-creación y exclusividad

Isabel García Méndez

Comentar Enviar Imprimir Valoración: ★★★★★ Vota pulsando: ★★★★★

Estrategias anti low cost El precio alto como reclamo Especialízate en la especialidad  
Co-creación y exclusividad Vende tiempo Divide y personaliza

### Inicio del cuerpo del artículo

Es una variedad del anterior. En este caso, se trata de intentar establecer una relación más estrecha con tu cliente a través de una colaboración más a largo plazo. Como explica Iglesias, "consiste en hacer que tus clientes, las empresas, te vean más como un partner que como un proveedor a través del diseño de una oferta que cubra todos los aspectos que la competencia no puede cubrir". Ésta es la política aplicada por la empresa Compostadores: "Teníamos claro que necesitábamos generar el suficiente valor para que estuviesen dispuestos a pagar más por nuestros productos, así que implicamos a nuestros clientes en el nacimiento de combox, consultándoles sobre qué funcionalidades y qué acabados les interesaban más, y a partir de ahí creamos el producto añadiendo todos los atributos que nos proponían y adaptando la propuesta a cada imagen corporativa o logotipo de las empresas y aunándolas con su propia política de respeto al medio ambiente. De esta manera hemos creado un vínculo emocional con todos ellos", señala Eugeni Castejón, creador de la compañía.



La estrategia que desarrolla la empresa creada por Eugeni Castejón es sumar atributos a los productos para así adaptarlos al cliente

### SÉ EXCLUSIVO

La exclusividad es un atributo que se paga muy bien. **Todo lo que permita al consumidor diferenciarse de su vecino le da un plus de valor que es muy bien percibido por los usuarios.** En productos, juega con ediciones limitadas de una de tus referencias o maneja esa exclusividad como *leit motiv* de tu negocio, tal y como hicieron **Uno de 50** en sus inicios: sólo 50 unidades de cada diseño. A nivel de servicios, también puedes utilizar esta táctica proponiendo programas exclusivos para una empresa, cursos específicos que sólo vas a impartir con un cliente, garantías de exclusividad para una determinada faceta de tu actividad... En BCN Wedding Partners, por ejemplo, otro de los argumentos que justifican sus tarifas es que "cada boda es única. Garantizamos que no repetimos ningún proyecto. Lo diseñamos todo en función de lo que quieren los novios y de su personalidad".

### PRACTICA EL 'ÉSTA ES SU ELECCIÓN'

El famoso lema de la gramola musical es una variedad de la anterior, pero en este caso es el propio consumidor quien decide pagar más porque puede configurar su propio producto. Como recuerda Javier Rovira, profesor de Márketing Estratégico de ESIC, "consiste en ofrecer un básico y dejar que sea el propio usuario el que vaya añadiendo los accesorios y encareciendo el producto final". **Es una estrategia que inició Dell Computer y que se ha seguido con éxito en sectores tan dispares como el de la hostelería (Starbucks); en el de la automoción (con el Fiat 500); en el de la moda (como las gafas Rayban), o**

COMPARTIR

Me gusta

0



Menéame

BUSCAR



estuParamo.com

Es tu Polo por **10.900€\***

Equipado con:

Radio-CD con mp3

Aire acondicionado

ESP

Y mucho más...

Descúbrelo

150 ARTÍCULOS PARA EMPRENDEDORES

Fundación Incyde y Emprendedores te ofrecen una selección de los artículos más prácticos. Puedes descargarlos en pdf.

REVISTA EMPRENDEDORES TV



SÍGUENOS TAMBIÉN EN...



DEL 4 AL 9 DE ABRIL  
"SEMANA DEL EMPRENDEDOR"  
DE MADRID



---

EMPRESAS DE ÉXITO | FINANZAS | TECNOLOGÍA | RECURSOS HUMANOS | MARKETING | HABILIDADES | GESTIÓN | ESTRATEGIA | ENTORNO | EXPORTACIÓN |

Copyright © 2011 Hachette Filipacchi S.L. - [Aviso Legal](#) - [Protección de datos](#) - [Publicidad: Hachette Publicidad](#) - [Contacto](#)

---

MODA | Tratamiento BELLEZA | CINE | EMBARAZO | Oscar | Eclipse Crepúsculo | ACTIVIDADES NIÑOS | TELEVISIÓN | SALUD Doctissimo | FÓRMULA 1 |  
KATE MIDDLETON Diez Minutos | HORÓSCOPO | Micasa | Nuevo Estilo | De Viajes | AR | QUO | Tarot Rappel | Motor | DECORACIÓN interiores | FESTIVAL de Malaga |