



Posicionamiento

Objetivo: Definir el tipo de relación

Solo el **3,2%** de la inversión del marketing de las empresas **SE DESTINA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y CONSULTORÍA**¹

CREAR UNA IMAGEN DE MARCA CONSISTENTE puede hacer crecer un **23%** los beneficios de tu empresa²

El posicionamiento es una promesa de lo que somos como empresa, es aquello que estoy dispuesto a hacer para ser lo que quiero ser.

Realizar una investigación de mercado de la competencia y saber identificar las tendencias del mercado son prácticas fundamentales para identificar el posicionamiento que nuestra marca debe de tener en el mercado para competir mejor. Hacer un benchmark de la competencia supone saber contra quien competimos.

No todo es competencia.

El buen posicionamiento supone saber exactamente **quienes son nuestros competidores directos.**

Referencias:

1. Asociación de Marketing de España. | 2. Semrush.

¿En qué te puedo ayudar?

Posicionarse es tomar una posición respecto de algo o de alguien. **Definir quién soy como negocio o como marca, saber qué vendo o cómo lo hago es ya de por sí un valor diferencial**, además de reforzar la comunicación corporativa.

Refuerza tu ventaja competitiva con un posicionamiento consciente.

Y que sea capaz de definir y liderar tu mensaje diferencial. **Cuando la estrategia de posicionamiento conecta con la marca te aseguras de ofrecer valor** ya que se manifiesta el rol de la marca tanto a nivel de producto como de empresa.

Benchmarking y tendencias

Estudio y análisis de los competidores directos e indirectos. Insights de mercado.

NOS AYUDA A IDENTIFICAR LO QUE SOMOS

Estrategia de posicionamiento

La manera diferencial de estar en el mercado para competir mejor.

DEFINE EL ROL DE MARCA