

Método Anticompetencia

La nueva forma de generar negocio online.

Índice

del negocio de éxito

0 Metodología. Pag. 3

1 Metabolismo. Pag. 4

1.1 Estrategia. Pag. 6

1.2 Fachada digital. Pag. 8

1.3 Crecimiento. Pag. 10

2 Coste de oportunidad. Pag. 12

3 Paso a paso. Pag. 13

Metodología de la Anticompetencia

Después de más de 20 años trabajando como marca blanca para empresas de desarrollo web, consultorías tecnológicas y empresas de marketing, hemos pulido un **método que cambia la forma de hacer negocios online.**

El concepto Anticompetencia, consiste en evitar la comparación, destacar en tu sector de forma que tu cliente ideal sienta que **no hay una opción mejor.**

El mercado online tiene infinitas opciones, ha madurado, ahora no solo hay que estar, lo más importante es conectar con el cliente, captar su atención, ya no basta con ofrecer un buen producto y decir que lo es, todos lo dicen.

El **método Anticompetencia** profundiza en tu cliente ideal, sus problemas funcionales, emocionales y sociales, las opciones que tiene en el mercado y cómo tú puedes conectar con él, con algo único, así **la venta es más fácil.**

En este documento podrás ver las 3 fases del método, lo que le falta a tu negocio online y cómo nosotros te ayudamos a trabajar cada una de ellas.

Haz tu auto-diagnóstico en minutos

Escanea el QR y analizamos con nuestra metodología, el grado de Anticompetencia de tu negocio.



Hemos trabajado para empresas como:

BBVA

endesa

acciona

PC
COMPONENTES

FRESENIUS
KABI

IKER CASILLAS
FOUNDATION

boomerang^{tv}

Google Rating ★★★★★ 4.9/5

1 Metabolismo del negocio online

Tanto si ya has profundizado en el marketing digital como si no, hay unas bases que pocos trabajan en detalle, que marcan la diferencia y que hacen que generes negocio de forma eficiente, el **método se divide en:**



Estrategia (ADN de tu marca)

Analizamos tu diferenciación y el cliente ideal, para que toda tu comunicación **sea efectiva, conecte y se venda mejor.**



Fachada digital (células de tu ADN)

Creamos tu infraestructura digital, diferenciándote de tu sector, con una imagen que **genera confianza y autoridad.**



Crecimiento (organismo de tu ADN)

Amplificamos los resultados, generando más tráfico de personas que **ya conectan y confían en tu producto.**

Es el orden lógico... y aun así, **la mayoría lo hace al revés.**

1 Estrategia

El ADN de tu marca

Las empresas hablan de sus productos, características y beneficios a un mercado que recibe miles de impactos de ofertas a diario.

Si tus clientes potenciales no te prestan atención, pocas veces conseguirás que entiendan realmente lo que ofreces, ni conectarás con ellos para que seas la mejor alternativa en un mercado lleno de opciones.

Vamos a crear el ADN, poniendo al cliente en el núcleo de las células que lo componen, para poder comunicar y conectar correctamente.

¿Qué consigues cuando trabajas la **estrategia**?



Leads

Personas interesadas, **conectando con sus necesidades reales.**



Cualificación

Los leads lo tienen muy claro, **saben que eres su solución.**



Ventas

Las ventas son **más fáciles, rápidas y con menos fricción.**

¿Qué sucede cuando no aplicas estrategia?



No captas la atención de tus clientes potenciales.

No perciben que eres la solución a sus problemas.



El rendimiento disminuye progresivamente.

El equipo se desmotiva, se quema y se frustra cada día.



Pierdes mucho tiempo, dinero y esfuerzo.

Haces acciones sin rumbo, caóticas, agotadoras y, muy caras.

1.2 Fachada digital

Las células de tu ADN

El enfoque habitual es simplemente maquillaje (diseño), a veces incluso, sin alma, con una web de plantilla que han usado otros 200 negocios.

Pero si las células debajo del maquillaje están enfermas, no importa lo bonito que se vea, sin lugar a duda no tendrá los mejores resultados, al no ser único, tenderá a confundirse para tu cliente con el resto de opciones similares.

Trabajamos desde el interior, las células del ADN, para que seas único, que tengas alma propia y no te puedan comparar con ningún otro.

¿Qué consigues cuando trabajas la **fachada digital**?



Más leads

Tu web es única y **aumenta el valor percibido de tu marca.**



Más cualificación

Se establecen filtros para **centrarte en los resultados.**



Más ventas

Optimizamos el proceso para **aumentarlas y que sean ágiles.**

¿Qué sucede cuando no tienes una fachada digital?



Tu web se ve como todas.

Al visitar la web sienten que ya lo han visto antes.



Baja el valor percibido de tu marca.

Tu identidad corporativa no casa como un guante en la web.



La seguridad y escalabilidad están comprometidas

Cuando quieres crecer las plantillas tienen grandes limitaciones.

1.3 Crecimiento

El organismo vivo del negocio

Cualquier persona puede hacer una campaña, generar visitas a una web, generar ventas, pero los resultados dependerán de la optimización.

Cada vez hay más empresas compitiendo online, esto encarece los costes y obliga a las empresas a llamar la atención del usuario, perfeccionando su forma de hacer publicidad para intentar convertir el gasto en inversión.

Transformamos el gasto publicitario en inversión, creando el organismo completo, un sistema que escala para maximizar las ventas.

¿Qué consigues cuando trabajas el **crecimiento**?



Muchos más leads

Recibes mucho más **tráfico** en tu web y tus landing pages.



Mucha más cualificación

Se crean campañas que filtran el **tipo de cliente ideal**.



Muchas más ventas

Se automatizan procesos para **aumentar la conversión**.

¿Qué sucede cuando no escalas?



El tráfico a tu web depende del contenido orgánico.

Para conseguir tráfico necesitas generar contenido.



No tienes visibilidad y posicionamiento.

No estás presente en los sitios que frecuenta tu buyer persona.



No generas un flujo predecible de ventas.

No puedes abrir el grifo cuando quieres vender más.

2 Coste de oportunidad

Antes de valorar la inversión, es importante entender qué está costando seguir como hasta ahora o cuanto costaría si no has empezado. A veces, el mayor gasto no es lo que pagas, sino **lo que pierdes por no tomar acción.**

Presencia online sin tener un negocio Anticompetencia.

Presupuesto en web, anuncios y campañas sin optimizar	≥12.000€/año
Horas de trabajo "a ciegas" o con malos resultados	≥240h/año
Cientes que acaban eligiendo a la competencia	Incalculable

Crear un equipo interno básico de marketing.

Perfil de marketing digital.	≥45.000€/año
Diseñador gráfico	≥30.000€/año
Media buyer	≥28.000€/año
Coste estimado anual	103.000€/año

Lo que estás dejando de ganar.

Con una estrategia que genere solo **5 clientes más al mes:**

Ejemplo de ventas de 1.000€ de ticket medio:
+5.000€/mes o **+60.000€/año**

La pregunta no es cuánto cuesta, sino el coste de:

NO ACTUAR
60.000€/año
en pérdidas y oportunidades

CREAR TU PROPIO SISTEMA
103.000€/año
+ horas de trabajo y sin garantías

Ahora que conoces una estimación de lo que puede costar...
¿Cuánto estarías dispuesto a invertir?

3 Paso a paso para mejorar tu negocio online

El coste de oportunidad es muy alto, comparado con los resultados que puedes conseguir, pero no tienes por qué necesitar todo.

Si ya has trabajado en profundidad en tu negocio, posiblemente no necesitas pasar por todas las fases, para asegurarnos, el proceso es el siguiente:



Diagnóstico gratuito con experto.

Un experto analizará la situación actual, creando una lista de todos los puntos que puedes aplicar para mejorar los resultados online.



Presupuesto a medida.

El equipo crea un presupuesto a medida, que incluye todo lo que se ha detectado que es necesario en la llamada de diagnóstico.



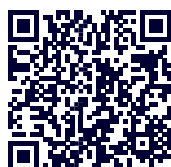
Presentación de proyecto y aprobación.

Te presentamos el presupuesto con el desglose detallado de cada punto, para aprobarlo y abonar para empezar con el proyecto.



Garantía de consultoría aplicable sin coste.

Solo por hacer el diagnóstico y presupuesto, conocerás puntos débiles a trabajar y el paso a paso para solucionarlos.



Agenda tu llamada de diagnóstico gratis.

Descubre todo lo que puedes aplicar para hacer que tu empresa se convierta en un negocio **Anticompetencia**.



Antes de pensar en vender cualquier producto o servicio, debes tener muy claro a quién le vendes. Teniendo en cuenta los pilares clave, podrás hacerlo de **forma eficiente y rentable**.

Cuando apuntas en la dirección correcta, es mucho más fácil, entender los problemas reales de tu cliente ideal, es fundamental para tener un mensaje con estrategia, **y comunicarlo de forma adecuada**.

Trabajar bien la estrategia adapta tu producto a necesidades reales, sin un foco claro en esto, será como **vender hielo a un esquimal...**

**“No busques clientes para tus productos,
busca productos para tus clientes”**

Seth Godin