



Estrategias de innovación ganadoras

Innovación de valor: lo que el cliente espera

Es frecuente encontrar sectores donde los productos y servicios ofertados, disponen de más funciones, componentes y características de las que los usuarios necesitan.

Teléfonos móviles con multitud de funciones (fotos, video, sonidos polifónicos...), cuando realmente lo que le interesa a muchos de los usuarios es la simplicidad en la oferta, el precio y cobertura. O compañías aéreas con servicios ineficientes que pagan los usuarios...

¿ Las causas ?... en el afán de conseguir clientes, las empresas dan por hecho **asunciones del sector**: *los clientes siempre han solicitado esto, por tanto hay que ofrecerlo*; o **parámetros definidos por los competidores**: *si mi competidor ofrece esto, nosotros reaccionamos ofreciendo lo mismo, pero mejor en...*

Volviendo al ejemplo de las compañías aéreas, el modelo de funcionamiento de las compañías tradicionales (adquisición billete, embarque, servicios en vuelo, etc.), se realizaban (y se realizan) de una forma específica, idéntica en todas las compañías. Todos creíamos que no había otra forma de realizarlo.

Y surgieron unas *compañías de bajo coste* que cambiaron totalmente el modelo. Desde como adquirir el billete (internet), a como embarcar (sin asignación de asientos), los servicios a bordo, etc. Estas compañías, realizaron un análisis de lo que un *específico grupo* de clientes realmente valoraba, y se dieron cuenta que muchos de los servicios que las compañías tradicionales ofrecían, no eran valorados, mientras que lo que realmente valoraban, volar de forma económica no se ofrecía... (además de la seguridad)

Y entonces, se atrevieron!!, cambiaron el modelo, *ofrecieron lo que los clientes valoraban* y arrebataron una importante cuota de mercado a las compañías tradicionales, convirtiéndose en las compañías de mayor éxito en la actualidad.

PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN



La innovación de valor. Diferenciar nuestra oferta captando necesidades insatisfechas de los clientes

La **innovación de valor**, es un enfoque efectivo que nos ayuda a detectar, dirigir y priorizar la innovación de toda la empresa. (innovación en el modelo de negocio)

Se basa en un principio muy sencillo: centrarnos en ofrecer a los clientes objetivo, aquellos aspectos que más valoran de nuestros productos y servicios, eliminando o reduciendo aquello que no valoran.

Aquellos que se cuestionan lo que realmente desean los clientes y se atreven a romper con las asunciones, ofreciendo productos/servicios que **potencian** lo que el cliente valora, **eliminan** lo que no valora y **reducen** lo que se da en demasía (respecto a lo que se valora), serán los referentes en sus sectores.

Por tanto, para aquellos que aspiren o necesiten encontrar caminos que los diferencien de sus competidores, la **innovación de valor** es un buen enfoque para detectar oportunidades y generar ideas innovadoras.

La empresa lider, será aquella que de forma sistemática acompañe lo que los clientes esperan, con lo que se les ofrece. Por tanto, la **innovación de valor ha de ser continuada**, porque nadie nos asegura, y menos en los tiempos actuales, que lo que hoy desean los clientes será válido el próximo año.

Para profundizar, ver curso: **Reinventando la empresa, como innovar con éxito el modelo de negocio** → <http://www.invintia.com/elearning>