

¿Cómo Diferenciarme de la Competencia? Caracterizar la Marca



Financiado por:





Etapa Administración Pública [1.991 – 2004]



Empresaria



Formación académica



Actividad Docente. Speakers Profesional



Algunos clientes



Libros y Publicaciones



Sistemas y Métodos



Networking



Premios y Reconocimientos



Colaboraciones

Una vida dedicada a “cuidar” a las personas. En su salud, en sus capacidades, en sus organizaciones...


SOBRE LAMBDA AQUÍ: <https://linktr.ee/Luciabhd> Sobre Lucía Aquí: <https://www.linkedin.com/in/luciamiralles/>



LUC  A: CON ACENTO EN LA «  »

B  sness HD

consultor  a  nspirando

 mpulso

 mpresión digital

 nfluencers *BN* 

 nnoben  gualdad

 avante
 nnovación sanitaria

uv 

¿a qué te dedicas?

¿a qué te dedicas?

Tengo una Librería

Soy Abogado

Vendo Dulces Caseros

Soy Interiorista

Taller Mecánico

Soy Veterinaria

Tengo una Casa Rural

Soy community manager

Google



Abogado en Málaga



¿CUÁNTOS HACEN LO MISMO QUE TÚ?

¿qué es lo más valioso en la Economía actual?

oro

agua

ATENCIÓN

talento

Informa-
ción

petróleo

tierra



¿cuánto tiempo, dinero, talento, y energía dedicamos a LLAMAR la Atención del otro?



puedes perderte en la multitud...
tratando de que tu cliente te
encuentre



¡Hola!
¡Soy Wally!



soy
estoy

creo

soluciono
aporto

hago
tengo



Tu propósito
Tu por qué

Tus Valores
Tu Compromiso

Tu
Conexión

Tu qué
Tus cómo

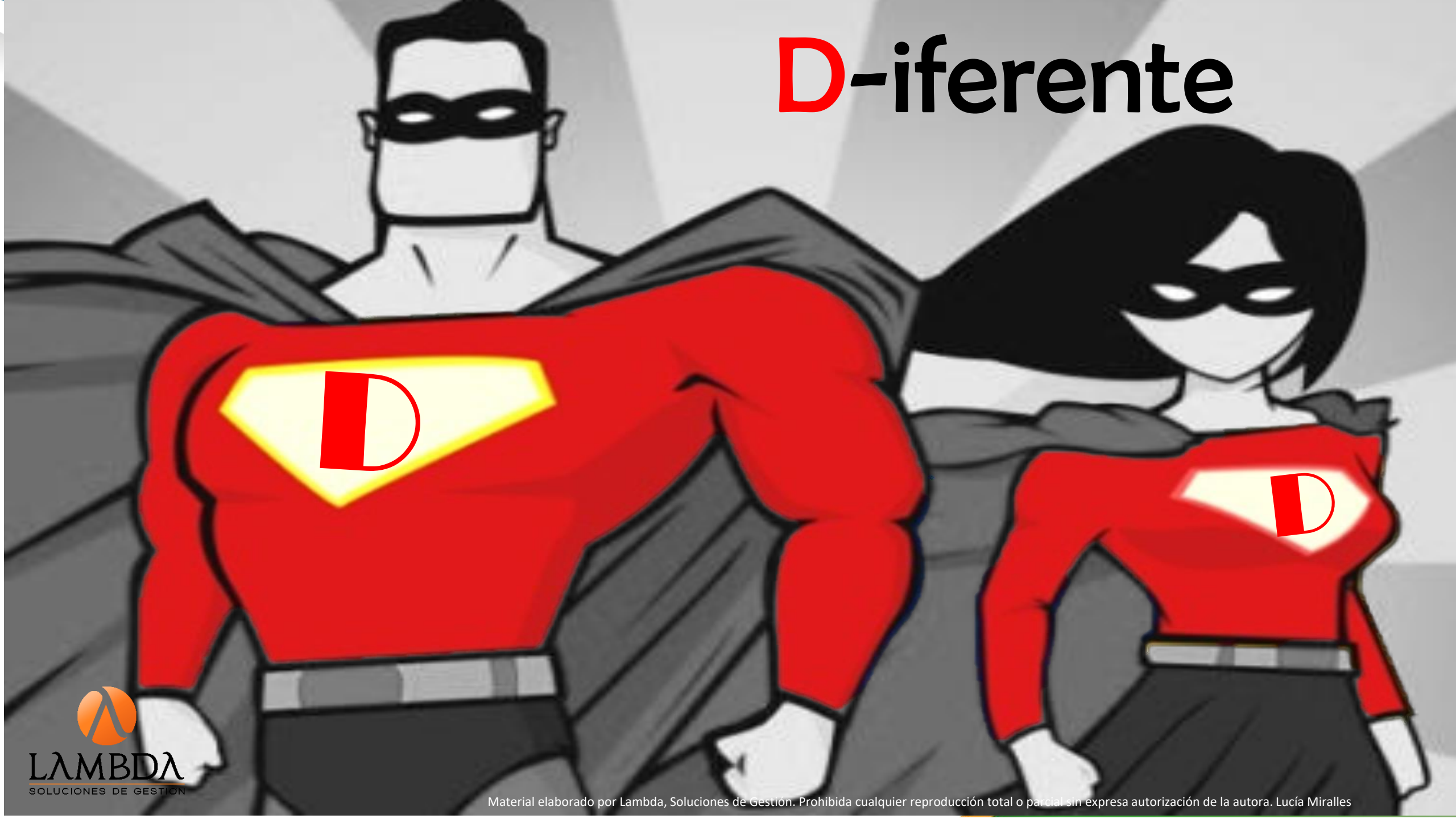
A single black puzzle piece is centered on a dark blue background. The word "identidad" is written in a bold, white, lowercase sans-serif font across the middle of the piece. The puzzle piece has four interlocking tabs and blanks: a tab on top, a blank on the right, a blank on the bottom, and a tab on the left.

identidad



marca

D-iferente



1

Estrategia de Diferenciación



Estrategias de Diferenciación

especialización

producto

Hacer UNA COSA de forma EXTRAORDINARIA

mercados

SITUARSE COMO “imprescindibles”

disrupción

- HACER OTRA COSA CON LO MISMO
- HACER LO MISMO DE OTRA FORMA

INTERESAR A NO HABITUALES – NO PREVISIBLES



**DIFERENCIARSE IMPLICA
CUESTIONARLO TODO...,
ABSOLUTAMENTE TODO**




Todo EMPIEZA en tu MENTALIDAD

¿Estás dispuesto/a a salir de tu zona de confort?

Diferenciarse significa asumir la INCOMODIDAD de la DIFERENCIA

2 Error: esperar "ocurrencias"





La Creatividad de Alto Rendimiento (o de productividad) es una metodología, requiere técnicas y destrezas que se entrenan.

3

La clave de la COMUNICACION

Foco en el cliente-mercado- público

Un “idioma”

Un “estilo”

Una “identidad”

Palabras + Gestos + Soportes +Personas + Procedimientos

escucha

Distinción-personalidad

originalidad

valor añadido

... aquí ganan los excelentes

ruido

agresividad

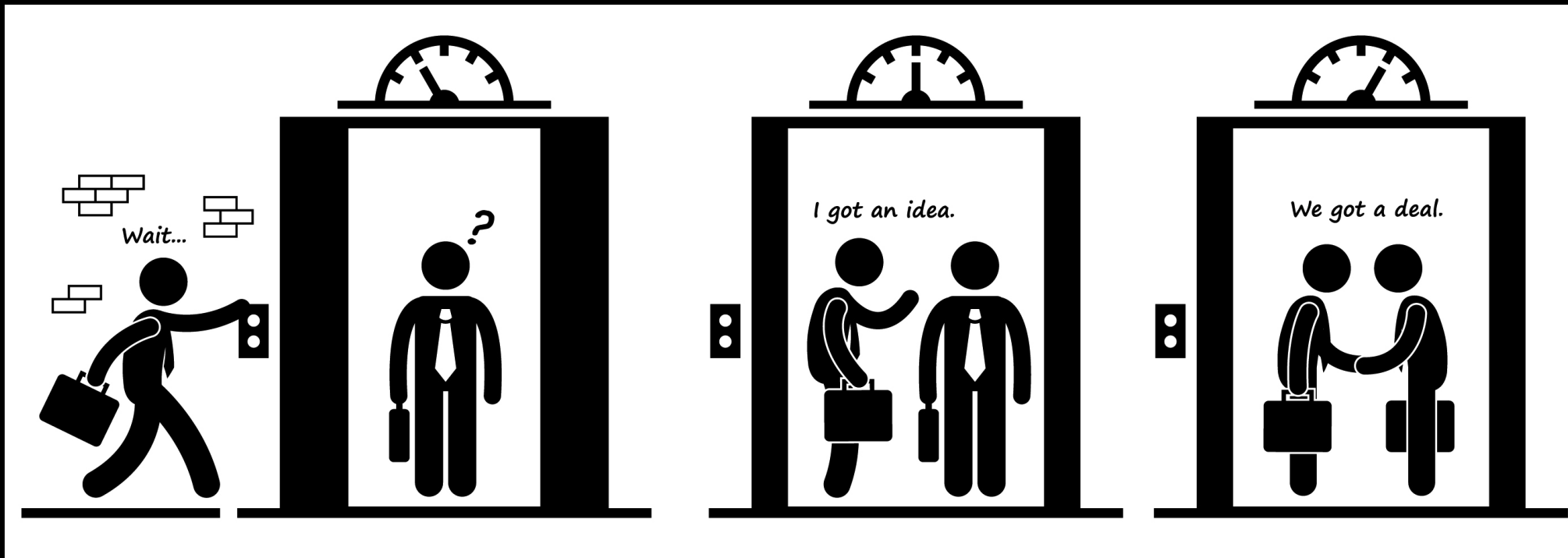
moda.., a toda costa

precio

... aquí ganan los grandes

4 Test de “impacto”

Si no puedes conectar con el cliente/mercado en 20”..., revísalo.



5

COHERENCIA CONSISTENTE

No es lo que dices.., es lo que dicen de ti

LA “DEFINICIÓN DE MARCA”

IMPREGNA y SE PERCIBE EN TODA LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

**Cada
oportunidad
de contacto**



**Queremos
que
sientan**

**Coherencia en
toda la
COMUNICACIÓN**



**Queremos
que
piensen**

**¿SOLO
COMPRAR?
... Y TODO LO
DEMÁS**



**Queremos
que
hagan**

**Valor añadido
que deriva de
la MARCA**



**Queremos
que
reciban**

En conclusión: unos tienen más o menos dinero, pero TODOS tenemos INTELIGENCIA

TÚ, TU NEGOCIO, TU PROYECTO es ÚNICO: ¡hazlo saber!

El mundo es inmenso para la MENTALIDAD DE ABUNDANCIA

Frente a “*todo está inventado*”.., ¡TODO POR INVENTAR!

Sólo hay un límite: TU MENTE



Porque Hablar en Público es Fácil..., si se aprende

Puedes pedirlo en papel y dedicado a lbmdagestion@gmail.com

o comprarlo en formato digital en amazon

Gracias **Gracias** **Gracias** **Gracias**
Gracias
Gracias **Gracias** **Gracias** **GRACIAS**
Gracias *Gracias* **Gracias** **GRACIAS**
GRACIAS