




PROGRAMA CREA TU MARCA

DEFINE TU LINEA DE PRODUCTOS

LOS PRODUCTOS QUE ELIJAS
VENDER TIENEN QUE TENER
COHERENCIA CON TU MARCA:

Nicho
Cliente ideal
Valores de marca



Recuerda que TUS PRODUCTOS AYUDAN
a tu CLIENTE, debería hacer foco en la
SOLUCIÓN que les ofreces en algún área en
concreto de su vida

Con tantas opciones de productos, ingredientes, beneficios, etc puede ser abrumador elegir 1,2 o 3 productos para empezar a vender.

Te comparto algunas sugerencias que pueden guiarte:

1. Crea y vende 1 producto estrella:

- El producto que más vendes
- El corazón de tu marca, el que exuda los valores de tu marca más que otro producto
- El caballito de troya, ese producto sin el cual el cliente NO puede vivir

2. Tienen que tener coherencia entre sí

- Si vas a lanzar varios productos piénsalos como una gama o línea de productos que vayan bien entre si, que cuenten una historia coherente
- Desde el punto de vista de ventas, recuerda pensarlos como productos compatibles para hacer ventas cruzadas y upselling. No lances una crema facial y un shampoo, sino que siempre es mejor que sean productos relacionados, por ejemplo un limpiador y una crema facial, o un shampoo y un acondicionador
- Si les pones nombre a los productos, revisa que estos tengan sentido entre sí

3. Ten siempre en mente tus objetivos a corto, mediano y largo plazo y tu "por que". Cuando dudes que lanzar, filtralo por esos conceptos

- ¿El producto es relevante para mis objetivos?
- ¿Es coherente con mi por qué y con mi modelo de negocios elegido?

Muchas veces pensamos que si o si tenemos que lanzar una cantidad determinada de productos al mercado, pero la realidad es que no hay una única manera correcta de hacerlo. Por supuesto que cuantos más productos lances más costos iniciales tendrás.

Analicemos los PROS y CONTRAS de cada concepto

LANZAR UNA LÍNEA PEQUEÑA (DE 1 A 3 PRODUCTOS)

PROS:

1. Puedes poner todos tus esfuerzos de marketing en promocionar un solo producto de belleza. Te da mucho FOCO
2. Sabes exactamente cuál es tu producto estrella y la forma de vendérselo a tu cliente ideal. El marketing es más SENCILLO
3. Puede mantener bajos sus costos iniciales porque sólo estás creando un producto. Es más BARATO
4. Puedes lanzar un único producto como una forma de validar los conceptos de marca y tendrás la posibilidad de hacer grandes cambios si lo necesitas.

LANZAR UNA LÍNEA PEQUEÑA (DE 1 A 3 PRODUCTOS)

CONTRAS:

1. El ticket promedio será menor, seguramente, porque no tienes tantos productos para hacer ventas cruzadas y upselling
2. Es más difícil crear una coherencia impactante, tendrás que ser estratégico y creativo.
3. Es más difícil negociar precios con proveedores si compras menos insumos.

LANZAR UNA LÍNEA GRANDE (DE 4-5 AL INFINITO)

PROS:

1. Puedes crear una gama coherente que fomente que tus clientes utilicen varios productos a la vez.
2. Tienes productos de belleza para realizar ventas adicionales (upselling) o cruzadas.
3. Tienes más margen para negociar precios y en las tiendas (si tercerizar la venta) suele interesarles líneas más amplias ya que llenan más estantes.

LANZAR UNA LÍNEA GRANDE (DE 4-5 AL INFINITO)

CONTRAS:

1. Tu inversión inicial será mucho más alta
2. Es más riesgoso iniciar una marca así, ya que si hay algo que cambiar será más costoso hacerlo en una amplia gama que en una pequeña.
3. Tu estrategia de marketing será más compleja ya que tendrás que hablar de diferentes productos, beneficios, etc.

Otro punto importante a definir con respecto a los productos es si VAS A ELABORARLOS TÚ MISMA O SI VAS A TERCERIZAR LA PRODUCCIÓN.

Aquí también es importante que comprendas que no hay una única forma correcta de hacerlo. Dependerá de tu modelo de negocio, de tu cliente y de tus posibilidades reales de inversión.

Te comparto algunas ideas respecto a cada modelo para que las tengas en cuenta:

ELABORACIÓN ARTESANAL:

1. Es un modelo más sencillo, sobre todo para el inicio
2. Mantienes el control sobre el proceso de fabricación (ingredientes, procesos, calidad, etc.)
3. Puedes mantener los lotes pequeños y los costos bajos.
5. Requiere de mucho tiempo para formular y testear
6. Requiere de espacios concretos para formular y amoldarse a las BUENAS PRÁCTICAS DE FABRICACIÓN
7. En algunos países no es legal vender productos artesanales, por lo que puede interferir en tu estrategia y modelo de negocio

TERCERIZACIÓN A LABORATORIO

1. Es ideal para escalar ya que podrás producir muchas más unidades de cada producto.
2. Te dará más tiempo para focalizarse en el marketing y en las ventas.
3. Ideal si no tienes habilidades suficientes de formulación
4. Estarás protegido legalmente ante cualquier problema que surja con tu producto.
5. Es más caro, acorta tu margen de ganancia y requiere de una inversión inicial mucho mayor.

A TRABAJAR

