

Paso a paso para construir liderazgo en costos

Paso 1. Identifica tus 5 costos principales

Costo % aproximado ¿Se puede reducir? ¿Cómo?

Paso 2. Ataca con 3 palancas (elige mínimo 2)

- Estandarizar (mismo proceso, menos variaciones)
- Automatizar (herramientas, IA, autoservicio)
- Optimizar adquisición (mejor CAC: campañas, embudo, referidos)

Paso 3. Define tu “promesa de eficiencia”

Ejemplos: “más rápido”, “más fácil”, “precio menor”, “cero fricción”.

Paso 4. KPIs mínimos

KPI	Meta mensual	Cómo lo mediré
CAC (costo adquisición)		
Margen por venta		
Costo por transacción		
Tiempo de entrega/servicio		

Paso a paso para construir diferenciación

Paso 1. Define tu “Razón de elegirte” (1 frase)

Mi diferenciador en 1 frase Evidencia (cómo lo probaré)

Paso 2. Elige 1 tipo de diferenciación dominante (no 5)

Tipo	¿Qué haré concretamente?
Experiencia (UX, facilidad, velocidad)	
Servicio (acompañamiento, garantía, soporte)	
Calidad/resultado (mejor desempeño)	
Marca/comunidad (identidad, pertenencia)	
Innovación (función/tecnología única)	

Paso 3. Diseña 3 “momentos wow” del cliente

Momento del recorrido Acción diferenciadora Cómo se percibe

Antes de comprar

Durante

Después

Paso 4. KPIs mínimos

KPI	Meta Fuente
NPS o satisfacción	
Recompra / retención	
Conversión (por confianza/UX)	
Ticket promedio	

Paso a paso para construir enfoque

Paso 1. Define el nicho con precisión

Variable	Definición
¿Quién es? (perfil)	
¿Qué problema específico tiene?	
¿Qué situación lo activa?	
¿Qué alternativas usa hoy?	

Paso 2. Decide si tu enfoque será por costos o diferenciación

Dentro del nicho competiré por... ¿Por qué?

Costos

Diferenciación

Paso 3. Ajusta tu propuesta a “uso real”

Ajuste	Qué modificaré (producto/mensaje/canal)
Oferta	
Lenguaje	
Canal	
Beneficio principal	

Paso 4. KPIs mínimos

KPI	Meta Fuente
Conversión en canal del nicho	
CAC del nicho	
Retención del nicho	

KPI	Meta Fuente
Recomendación en comunidad	