



RA4 — DE L'OPORTUNITAT AL MODEL DE NEGOCI VALIDAT

Màrqueting i validació

Tindre una bona idea no servix de res si ningú la coneix, ningú la vol comprar o ningú repetix. El màrqueting operatiu i la validació amb clients reals són els que convertixen una idea de projecte en un negoci que respira.



Temps estimat de lectura: ~22 min · Resultat
d'aprenentatge (RD 659/2023, Annex V): RA4 — Definix
l'oportunitat de creació d'una xicoteta empresa, valorant
l'impacte sobre l'entorn d'actuació i incorporant valors
ètics.

“

Una idea només val si algú està disposat a pagar per ella. En esta unitat aprendràs a validar una hipòtesi de negoci abans d'invertir temps i diners: MVP, landing pages, enquestes ràpides i entrevistes honestes per a distingir el que la gent diu que faria del que fa en realitat.



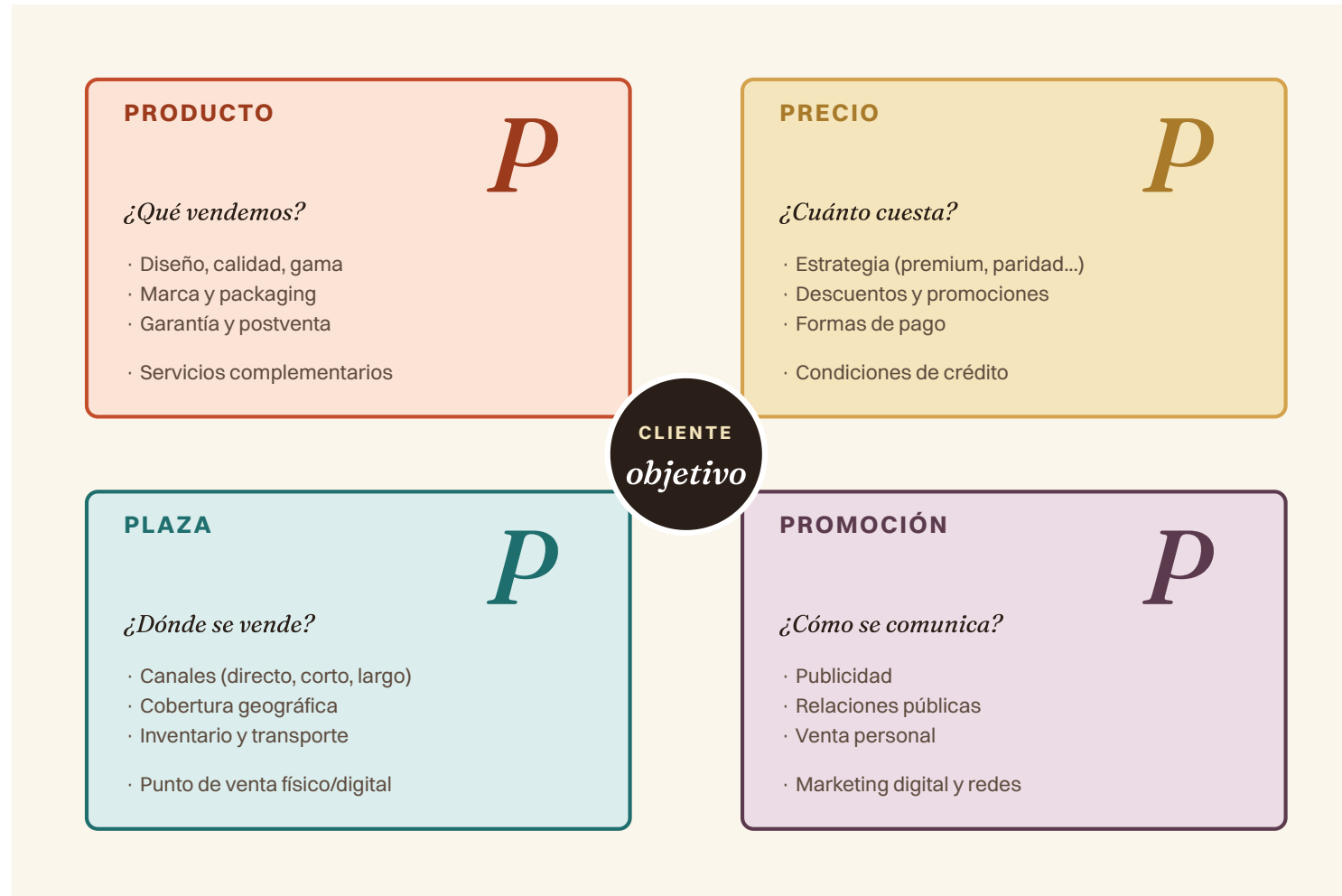
EL CAS

Drew Houston va validar Dropbox amb un vídeo de 3 minuts abans de tindre...

Portem dues unitats treballant el teu projecte des de dins: a la Unitat 5 vas detectar el problema i l'oportunitat, i a la Unitat 6 vas muntar el model de negoci i vas analitzar l'entorn amb DAFO i CAME. Ara toca eixir al carrer. El màrqueting no és només publicitat. La publicitat és només una part.

Per què un vídeo simulat pot valdre més, en validació, que el producte real acabat?

Les 4P giren al voltant del client objectiu: quatre decisions que han de ser coherents entre si.





Producte

Definix què vens exactament. No és només l'objecte físic o el servici: inclou el disseny, la qualitat, la marca, l'envàs, la garantia i el servici postvenda. Una pregunta útil per al teu projecte: què rep el client a més del producte en si? (atenció, rapidesa, confiança, una experiència agradable).



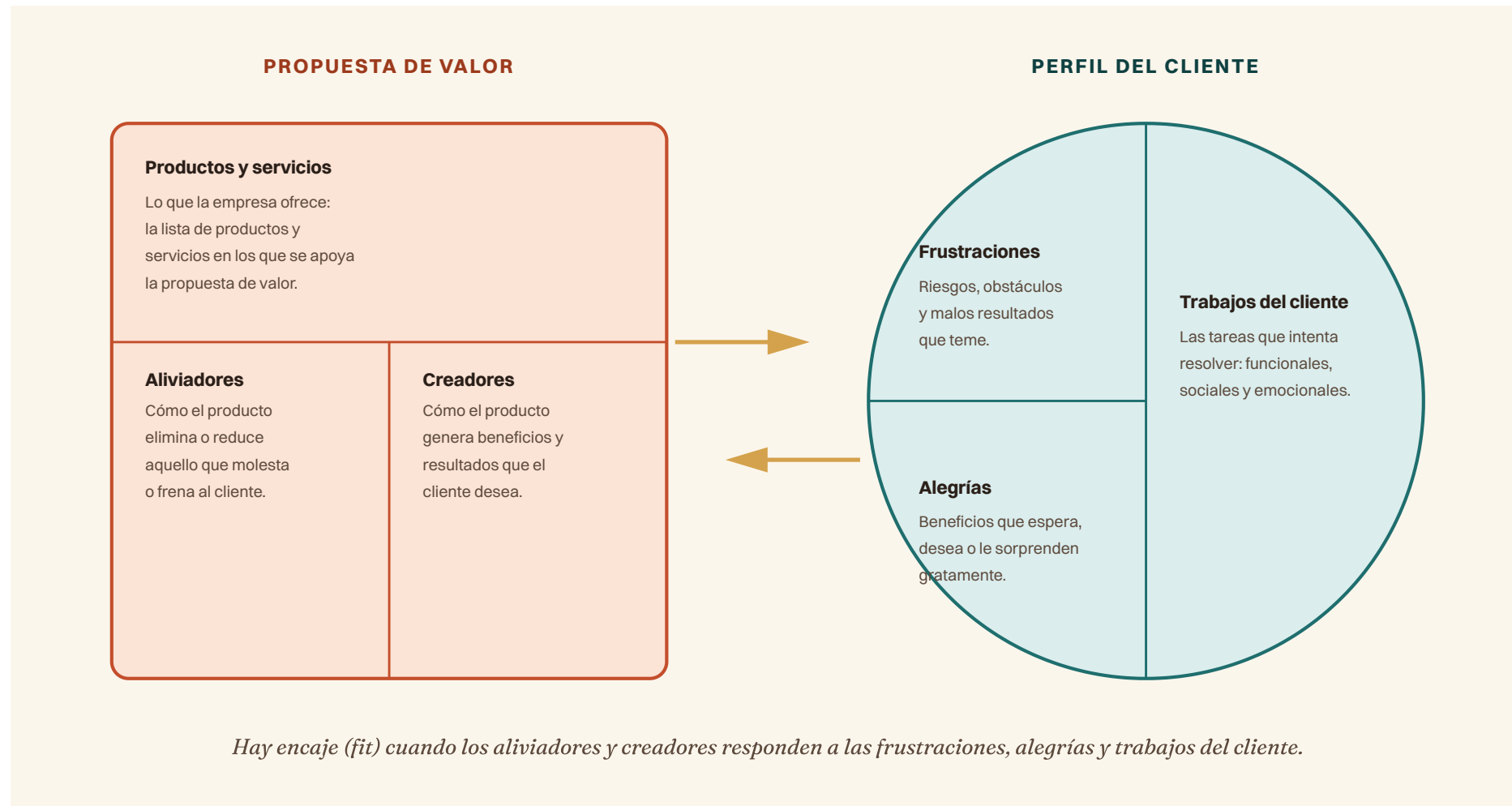
§ 2

La propuesta de valor: per què et compraran a tu



Abans d'afinar les 4P necessites tindre claríssima la teua proposta de valor: la resposta a la pregunta que es fa tot client, per què hauria de comprar-te a tu i no al del costat, o no comprar res? Una bona proposta de valor complix tres condicions: Resol un problema real que el client té i reconeix.

El Value Proposition Canvas: primer s'emplena el cercle del client (allò que NO controles i has d'investigar) i només després el quadrat de la...





Proposta de valor

La proposta de valor és la promesa concreta de quin problema resols i com millores la vida del client comparat amb el que ja té. Una proposta que val per a qualsevol empresa del sector —«qualitat, bon servici, preu competitiu»— no és proposta de valor: és soroll.



§ 3

El prototip: construir barat per a aprendre ràpid



Dropbox va vendre abans de tindre producte: el vídeo que valia més que el codi

Ací està la idea que distingix l'emprenedor modern: no esperes a tindre el producte perfecte per a ensenyar-lo. Un prototip és la primera versió funcional —encara que siga tosca— del teu producte o servici. El seu objectiu no és vendre, sinó comprovar si la proposta de valor sobreviu al contacte amb el client real.



§ 4

Atenció al client i primeres vendes



La regla del client que es queixa: només parla 1 de cada 26

Una vegada que el client compra, comença la part que molts obliden: mantindre'l. Aconseguir un client nou costa diverses vegades més que conservar-ne un d'existent, així que l'atenció al client no és un luxe, és economia pura. Protocol bàsic d'atenció al client.



7.1 · A quin preu venem l'esmorzar saludable? Marge i punt mort d'un projecte d'FP

Enunciat Un equip d'un cicle d'FP munta «Recreo Sano», un lloc d'esmorzars saludables (entrepà integral + peça de fruita + suc) per a vendre als esplais del seu centre durant un mes de prova...

Marge de contribució unitari (allò que aporta cada esmorzar després de pagar el seu cost variable): $MC = P - CVu$. Pla A: $MC = 2,50 - 1,40 = 1,10$ €. Pla B: $MC = 3,00 - 1,40 = 1,60$ €.

Benefici del mes = $(MC \times \text{esmorzars/dia} \times 20 \text{ dies}) - CF$. Pla A: $(1,10 \times 22 \times 20) - 180 = 484 - 180 = 304$ €. Pla B: $(1,60 \times 16 \times 20) - 180 = 512 - 180 = 332$ €.

Punt mort (esmorzars/dia que cobrixen els costos fixos): primer, els esmorzars del mes necessaris = CF / MC ; després es dividix entre 20 dies. Pla A: $180 / 1,10 = 163,6 \rightarrow \approx 8,2$ esmorzars/dia. Pla B: $180 / 1,60 = 112,5 \rightarrow \dots$



Mercadona i els esmorzars: quan el preu baix és la proposta de valor

El 2024, Mercadona va facturar 38.835 milions d'euros amb una política comercial famosa per la seua senzillesa: producte amb poca varietat i molta marca pròpia (Hacendado), preu estable sense promocions, botigues mitjanes en barris i quasi zero inversió en publicitat (menys del 0,2 % de la facturació, enfront del 2,5 % de mitjana al...



§ 5

Connexió amb el teu projecte emprenedor



Tanques esta unitat amb tres lliurables que s'incorporaran al pla d'empresa de la Unitat 9: una proposta de valor escrita en una frase per al teu segment prioritari; una taula de les 4P amb les decisions concretes del teu projecte;



§ 6

Glossari



Màrqueting operatiu. Conjunt de decisions concretes que l'empresa controla per a fer arribar el producte al client: producte, preu, plaça i promoció. 4P. Les quatre variables del màrqueting mix de McCarthy: Producte, Preu, Plaça (distribució) i Promoció (comunicació). Proposta de valor.



§ 7

Per a aprofundir



Kotler, P. i Armstrong, G. (2018). Principios de marketing (17a ed.). Pearson Educación. El manual de referència; el capítol de màrqueting mix és la base canònica de les 4P en llenguatge accessible. Ries, E. (2011). El método Lean Startup. Deusto.



§ 8

Preguntas per a reflexionar



La unitat insistix a validar abans d'invertir, però molts emprenedors s'enamoren de la seua idea i no volen sentir un «no». Per què creus que costa tant buscar activament les opinions negatives? Què podries fer al teu projecte per a no caure en la trampa de preguntar només a qui et va a dir que sí? Mercadona renuncia a la varietat i a la...

Fins aquí la teoria

Continua al llibre de la unitat.