

## CAPÍTULO 8

Se corresponde con el “Para poner en práctica” de la página 230 del libro

### EJEMPLOS DE UNA EMPRESA CON ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN \* Significativo

Veamos a modo de ejemplo una empresa que ha acertado con la estrategia de diferenciación escogida, consiguiendo que en la mente de los consumidores se perciba el nombre y la marca de la empresa o la de sus productos y servicios con alguna ventaja con respecto a la competencia.

IKEA: La mayor empresa multinacional dedicada al diseño, producción y venta de muebles

Claves de su estrategia de diferenciación:

- Diseño  
El cliente percibe que el producto que compra en IKEA va a ser moderno y práctico, que en definitiva va a tener un diseño “muy pensado”, pues sus diseñadores buscan que la belleza nunca vaya separada de la comodidad y de la funcionalidad.
- Relación calidad/precio.  
El cliente percibe que comprando en IKEA en lugar de en otra tienda de la competencia va a ahorrar dinero. Esto no siempre es así, pero IKEA ha conseguido que el cliente se lo perciba de esta manera, gracias a su estrategia de diferenciación.
- Buena atención post – venta:  
“Enamórate o cámbialo” es el eslogan de su política de devoluciones la cual permite hasta 365 para devolver o cambiar el producto comprado. El cliente percibe que se puede equivocar, que no es esclavo de su compra, pues puede cambiar de opinión incluso después de haberlo probado por un largo periodo de tiempo.
- Estilo de vida.  
Su eslogan “Bienvenido a la república independiente de mi casa” ha conseguido calar en un público joven que percibe que comprar en IKEA es decorar su casa con libertad, según su estilo, circunstancias y forma de ser, rompiendo - incluso con un toque de rebeldía - los corsés que la sociedad impone.
- Concienciado y respetuoso con el medio ambiente.  
El cliente percibe que la empresa respeta el medio ambiente, pues transmite su preocupación por el uso de materiales renovables, reciclables y reciclados.

Referencias

<http://marketingdemocratico.com/blogs/marketing-democratico/10470257-tres-estrategias-de-diferenciacion>