

¿Qué problema resuelve mi producto?

¿Cómo lo solucionamos?

¿A quién?

¿Cuál es mi propuesta de valor?

# Go-to-market 101:

Define el problema, solución y propuesta de valor de tu SaaS

# Índice

<b>Go-to-market 101: Define el problema, solución y propuesta de valor de tu SaaS.....</b>	<b>1</b>
Definir el Problema.....	2
Definir la Solución.....	4
Definir la(s) Persona(s).....	4
Crear tu propuesta de valor.....	7
Copy para crear la Propuesta de valor de tu SaaS.....	9
Ejemplo de copy para la Propuesta de valor de tu SaaS.....	9
Más recursos.....	10

# Go-to-market 101: Define el problema, solución y propuesta de valor de tu SaaS

Hola, mi nombre es [Jesús Vivas](#) 🤝

*Antes de entrar en el contenido, quería comentarte que si quieres saber más sobre Product Marketing, hemos creado un canal en Telegram donde compartiremos contenido, videos, recursos y más...*

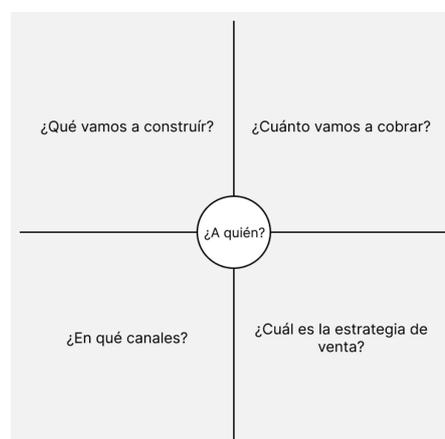
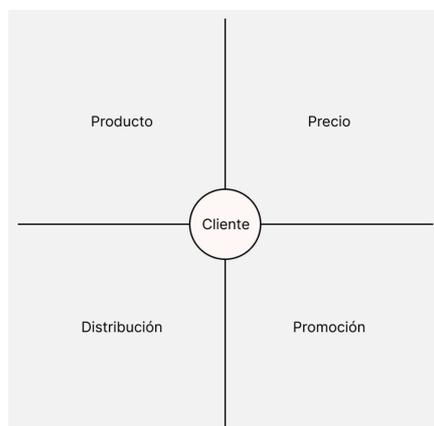
*Si te apetece entrar, haz click [AQUÍ](#) ➡*

En este documento te explicaré una serie de plantillas con las que trabajamos y que nos ayudan a crear estrategias de go to market, ya que nos sirven como referencia a la hora de plantear un modelo de validación.

Los growth loops, product led growth y demás términos populares en el sector quedan muy bien en el deck de una startup a punto de levantar su primera ronda de inversión, pero yo no pensaría ni mencionaría ninguno de estos tecnicismos hasta tener indicios de [product market fit](#). A la hora de validar nos iremos a las bases del marketing, donde encontramos las famosísimas 4Ps:

- Producto
- Precio
- Promoción
- Distribución

Volvemos a las raíces del marketing para intentar definir estas 4 verticales principales, poniendo al cliente en el centro de los ejes:



Pero antes de entrar en precio, estrategia de promoción o canales de adquisición, nos centraremos en dar certidumbre al problema a resolver, y la solución aportada por nuestro producto, y planteamos las siguientes preguntas:

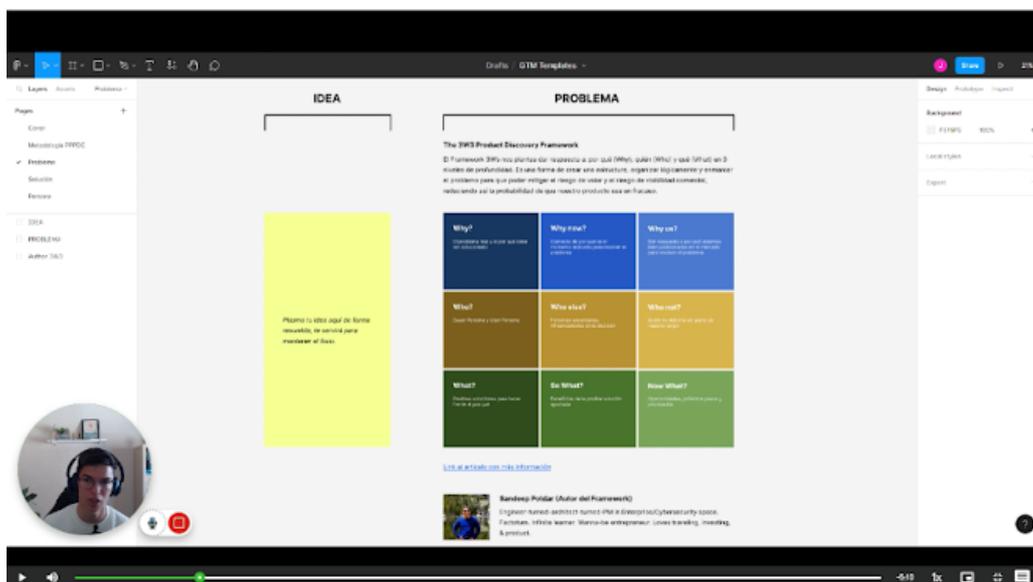
- ¿Qué quiero construir?
- ¿Qué problema resuelve mi producto?
- ¿Cuál es la solución?
- ¿A quién le resuelvo el problema?

Para dar respuesta a estas preguntas, hemos creado un framework que llamamos PSP (sí, como la consola). Es básicamente definir: Problema, Solución y Personas, y dentro de cada una de ellas a su vez usar otras herramientas que nos ayudarán a definir cada etapa correctamente.

## Definir el Problema

Para trabajar el Problema usaremos el Framework 3W3, este Framework se usa para product discovery, y puedes leer más sobre su autor, y su metodología [aquí](#).

En este breve video, te cuento más acerca de cómo rellenar la plantilla y sus pasos. Encontrarás un link a Figma más abajo con el que podrás duplicar y rellenar la plantilla aplicada a tu producto.



🎥 Video: <https://komododecks.com/recordings/lyFkYGQbc9FF6J0yI2YR>

### 3W3 Framework.

<b>Why?</b> El problema real y el por qué debe ser solucionado	<b>Why now?</b> Contexto de por qué es el momento indicado para resolver el problema	<b>Why us?</b> Dar respuesta a por qué estamos bien posicionados en el mercado para resolver el problema
<b>Who?</b> Buyer Persona y User Persona	<b>Who else?</b> Personas secundarias, influenciadores en la decisión	<b>Who not?</b> Quién no debería ser parte de nuestro target
<b>What?</b> Posibles soluciones para hacer frente al por qué	<b>So What?</b> Beneficios de la posible solución aportada	<b>Now What?</b> Oportunidades, próximos pasos y priorización

● Plantilla de Figma:

<https://www.figma.com/file/GRhV540d33DWcMiBFJJVHB/GTM-Templates?node-id=0%3A1>

## Definir la Solución

Para trabajar la Solución, aprovecharemos el Framework 3W3 (rellenado anteriormente), y lo adaptaremos, aportando soluciones a los problemas detectados.

### **Solución Why**

Dar respuesta de forma conjunta a todos los Why

### **Solución Who**

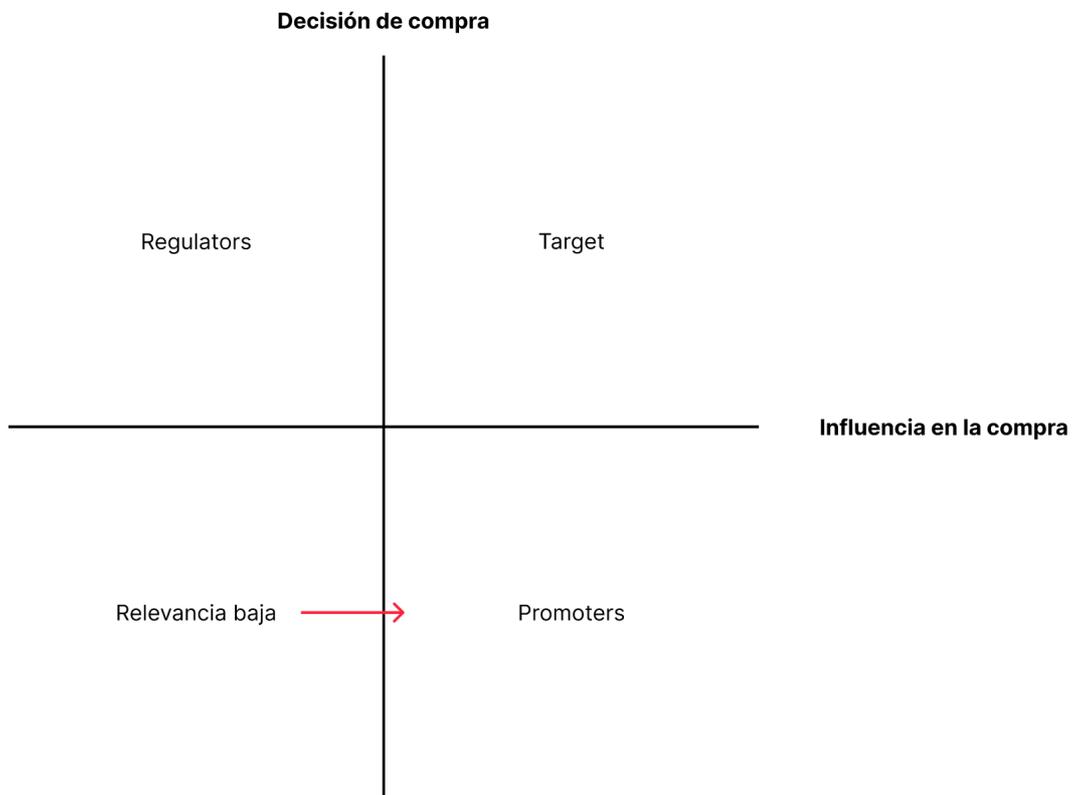
Dar respuesta de forma conjunta a todos los Who

### **Solución What**

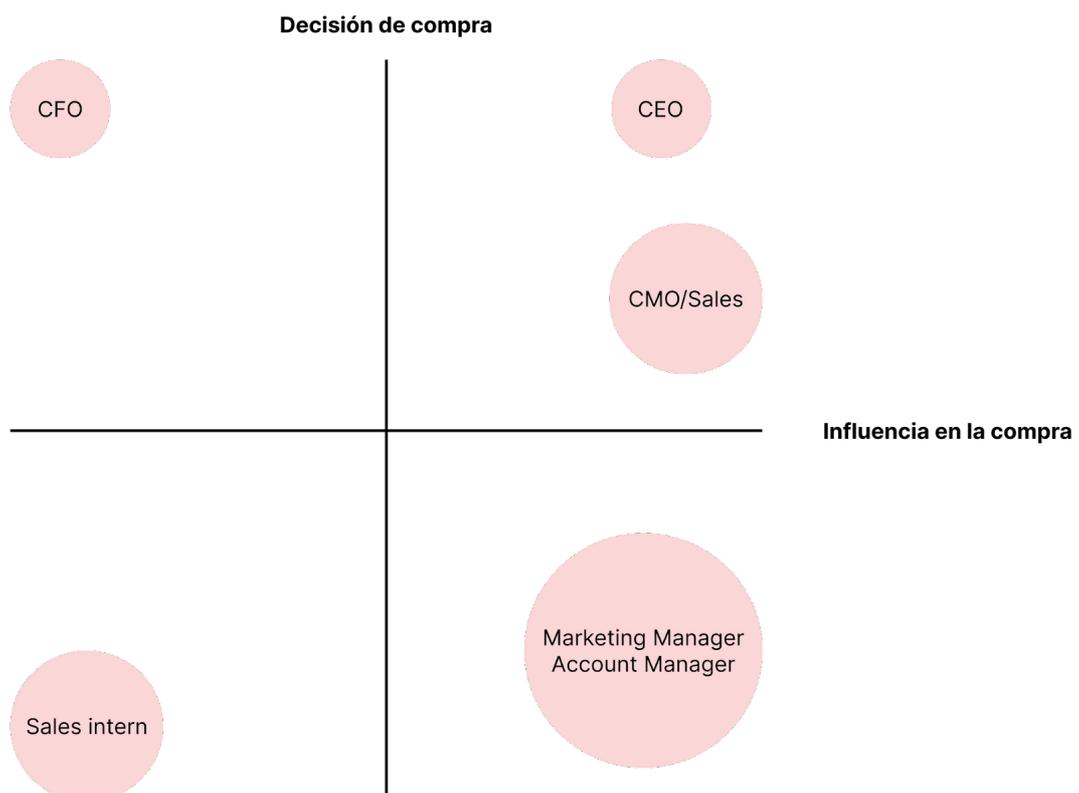
Dar respuesta de forma conjunta a todos los What

## Definir la(s) Persona(s)

Para trabajar las Personas, aprovecharemos todo lo que hemos usado anteriormente, y con la información recopilada, identificamos diferentes posibles perfiles que intervienen en la fase de ventas. Como vemos en la imagen, dividimos en 2 ejes la decisión de compra, versus la influencia en la compra.



Ejemplo:



Después de rellenar el cuadrante con los diferentes perfiles que influyen y deciden en el proceso de ventas, redactaremos y crearemos una plantilla con los principales “actores” involucrados, para así plantear las diferentes propuestas de valor, hacer frente a objeciones de compra y plantear nuestra estrategia de ventas.

## Personas Template

### CFO (Example)

**Categoría:** Finanzas, Administración

**Quién:** CFO, Head of finances, VP of Finances

**Problemas:** Necesita optimizar al máximo el presupuesto hasta levantar una siguiente ronda

**Motivaciones:** Eficiencia económica, break even, cerrar el año fiscal sin problemas

### CEO

Categoría:

Quién:

Problemas:

Motivaciones:

### CMO

Categoría:

Quién:

Problemas:

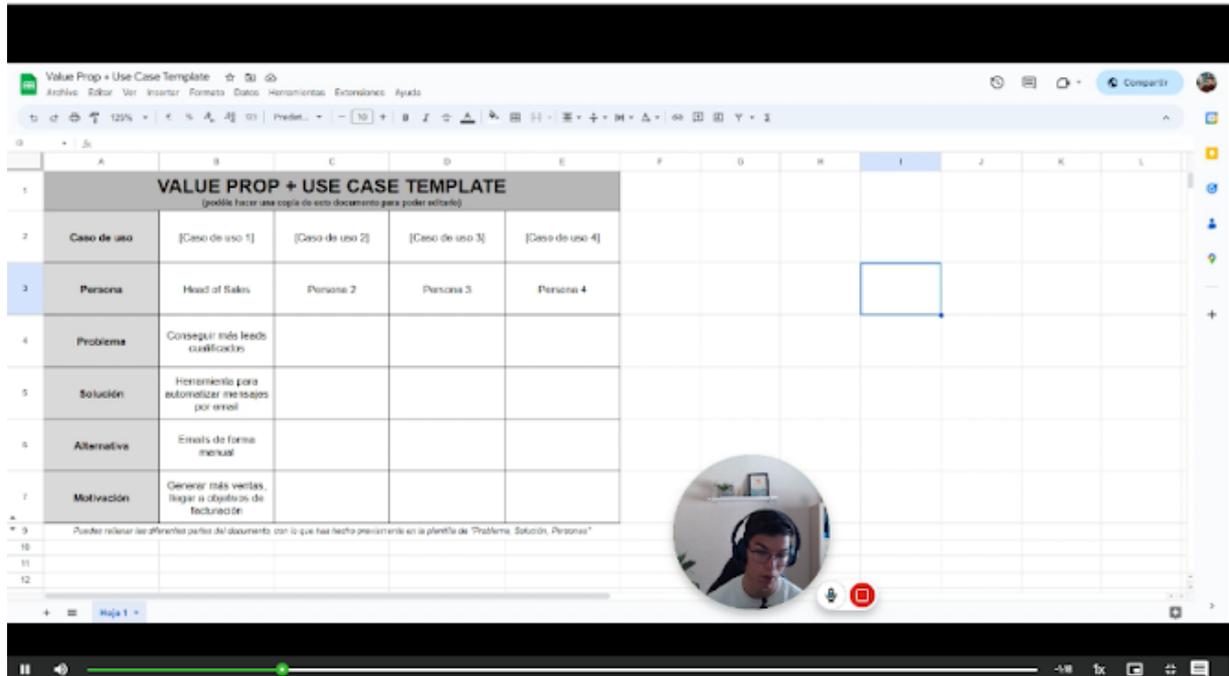
Motivaciones:

El resultado final que debes obtener después de rellenar estas plantillas:

- Definición clara de tu problema con 3 niveles de profundidad. Entendiendo a quién lo resuelves, a quién no, por qué es ahora el momento de resolver el problema y por qué eres tú (o tu empresa) la indicada para resolverlo.
- Hipótesis de soluciones aportadas, esto te dará claridad a la hora de plantear una propuesta de valor.
- Hipótesis de tus personas (perfiles de compra y perfiles que usaran o no, tu producto). Teniendo redactada la categoría, los problemas y las motivaciones de cada resultado, y teniendo un eje donde situar a

las personas dependiendo de su poder de decisión e influencia en la compra.

## Crear tu propuesta de valor



🎥 Video: <https://komododecks.com/recordings/8301nlcJsGLZ2UNbgMI4>

A continuación, vamos a crear tu primera propuesta de valor. ¿Por qué la primera? Porque según vayas validando, SEGURO encontrarás iteraciones, mejoras y cosas que añadir.

Para diseñar tu Value Prop, usaremos el contenido creado anteriormente en nuestra plantilla PSP de Problema <> Solución <> Personas..

De la plantilla PSP (Problema, Solución, Personas) previamente obtuvimos algunos recursos como por ejemplo:

- Cuál es el problema que queremos solucionar
- A quién lo vamos solucionar

- Cuáles son las personas ideales para vender nuestro producto, cuáles NO, y cuales son sus motivaciones, alternativas y su poder de decisión/influencia en la compra

Con toda esta información, lo que haremos será rellenar esta tabla, donde tendremos aún más visibilidad de todo lo anterior y nos permitirá redactar los primeros copys de nuestra propuesta de valor.

VALUE PROP + USE CASE TEMPLATE				
Caso de uso	[Caso de uso 1]	[Caso de uso 2]	[Caso de uso 3]	[Caso de uso 4]
Persona	Head of Sales	Persona 2	Persona 3	Persona 4
Problema	Conseguir más leads cualificados			
Solución	Herramienta para automatizar mensajes por email			
Alternativa	Emails de forma manual			
Motivación	Generar más ventas, llegar a objetivos de facturación			
Rol en el cuadrante	Target			

● Plantilla:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1jM2mzRzwlpLVfz4vars1OanIfEPtGgeav8foz9bZHO8/edit?usp=sharing>

## Copy para crear la Propuesta de valor de tu SaaS

Una vez tenemos nuestra tabla rellena, podemos pasar a crear nuestra propuesta de valor, para ello te daremos una “fórmula” para crear propuestas de valor potentes y que llamen la atención.

Lo importante aquí no es solo tener un argumento diferencial, sino atacar directamente al problema de tu target (Que has debido trabajar en la plantilla).

## Ejemplo de copy para la Propuesta de valor de tu SaaS

[Empresa] ayuda a [Target] a solucionar [Problema] gracias a [Propuesta de valor]

- Hubspot ayuda a equipos de ventas a cerrar más deals, gracias a un poderoso CRM.
- Asana ayuda a organizar el trabajo de tu equipo en una plataforma conectada.
- Mixpanel te ayuda a construir mejores productos gracias al análisis de tus métricas.

Te dejo dos recursos interesantes a la hora de crear tus copys:

<https://twitter.com/GoodMarketingHQ/status/1258052549246140416?s=19>

<https://twitter.com/GoodMarketingHQ/status/1347494197528555520?s=19>

## Más recursos



¿Quieres que ayudemos a tu SaaS con su go-to-market o crecimiento? - [Reserva una llamada](#)

¿Quieres más contenido como este? - Suscríbete a nuestro [canal de Telegram](#)

¿Quieres conocerme? - [Sígueme en Twitter](#)

