

Ejemplo Análogos / Antílogos

Actuando desde otro eje, utilizamos la herramienta Análogos / Antílogos para empezar a **encaminar el proyecto** y entender que vía queríamos trabajar, cuál sería nuestra **estrategia**. Lo que hicimos fue pensar en empresas que nos gustaban y que no nos gustaban y definir el por qué.

Tomamos como análogo de partida la empresa de ropa Desigual, que aunque no tiene nada que ver con el sector hostelero-alimentación. Reflejarnos en ella nos ofrecía una visión de cómo un producto con mucha competencia puede conseguir una **gran diferenciación** y una **imagen de marca reconocible** para el consumidor. Por otro lado, planteamos el análogo Telepizza para definir la forma de exponer la calidad de nuestro producto, es decir, mostrando abiertamente cómo lo elaboramos haciendo del obrador un escaparate al público.

Al contrario, no queríamos parecernos a Carrefour: algo muy **estándar** y **nada especial o personal**. Otro antílogo que elegimos fue Gucci (o cualquier otra marca de lujo), que vende **artículos de lujo** al alcance de unos pocos.

Así pusimos la primera piedra que encaminaba nuestro proyecto.

¿TE GUSTARÍA...

COCA-COLA

RELACIONA SU
PRODUCTO CON
SENTIMIENTOS,
EXPERIENCIAS Y
MOMENTOS

TELEPIZZA

PUEDES VER COMO
ELABORA EL PRODUCTO.
DA SENSACIÓN DE
SEGURIDAD

GRANIER

BAJA CALIDAD
DE PRODUCTO.
A BAJO
COSTE

CARREFOUR

DESPERSONALIZADO.
POCO CERCANO AL
CLIENTE.

DESIGUAL

PRODUCTO
ÚNICO. DIFERENTE
AL RESTO DE SU
SECTOR

APPLE

EXPERIENCIA DE
CLIENTE
PERSONALIZADA
Y CERCANA.
"TE AYUDA EN TODO LO QUE PUEDES"

APPLE

TE EXPLICAN A
FONDO SU PRODUCTO
Y DAN VALOR
A SUS CARACTERÍSTICAS

MÉTRO (TRANSPORTE)

IMAGEN Y
SERVICIO
DESCUIDADO

GUCCI

- EXCLUSIVIDAD
- LUJO
- NO AL ALCANCE DE
TODOS

...SER COMO?

Análogos: identificar a aquellos individuos, productos o empresas que creemos ser o nos gustaría ser o a los que creemos parecernos o nos gustaría que así fuera.

...NO SER COMO?

Antílogos: identificar a aquellos individuos, productos o empresas que NO creemos ser ni queremos parecernos o NO nos gustaría ser ni parecernos.