

BLOG BIEN PENSADO

Home (<https://bienpensado.com>) > Casos (<https://bienpensado.com/category/casos/>) > Flower Burger: Una colorida experiencia de hamburguesas veganas

Flower Burger: Una colorida experiencia de hamburguesas veganas



Casos (<https://bienpensado.com/category/casos/>) / David Gómez (<https://bienpensado.com/author/david/>) / 11 diciembre, 2019 (<https://bienpensado.com/flower-burger-una-colorida-experiencia-de-hamburguesas-veganas/>)

99
Veces
compartido

76

16



Para diferenciarse no tiene que crear un producto distinto, solo *presentarlo* distinto. Mostrarlo de manera novedosa y atractiva. Diseñar un concepto como ningún otro, presentarlo de manera espectacular para llamar la atención de la gente y forjar su propio posicionamiento basado en esto.

No es el producto, es la magia alrededor

En un mundo con infinidad de opciones, la diferenciación está cada vez menos en lo que vendemos y más en *cómo* lo vendemos (<https://bienpensado.com/no-es-lo-que-vende-sino-como-lo-vende/>). Es la magia alrededor de las cosas lo que le da un halo deliciosamente atractivo e irresistible.

Es darle mucha más relevancia a lo que rodea el producto, que al producto mismo. Es la experiencia, el colorido, la filosofía, la comunicación y todo lo que genere afiliación de grupos de personas buscando desesperadamente salir de la monotonía.

Ambiente hippie de hamburguesas coloridas

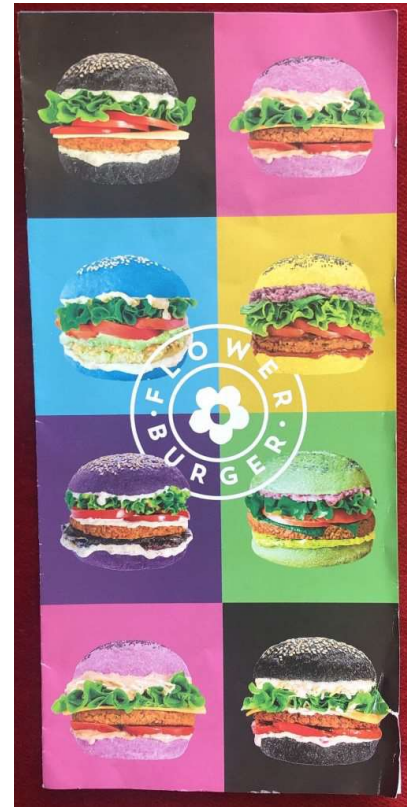
(<https://bienpensado.com/wp-content/uploads/2019/12/Menu-Flower-Burger-2.jpg>) Flower Burger

(<https://www.flowerburger.it/>) es un restaurante de comida rápida de origen italiano, que tiene claro que la gente no compra un producto sino una experiencia.

El nombre Flower Burger fue inspirado en la letra de una canción de dos cantantes italianos que dice, «*Una flor en la boca te ayuda, ya sabes, todo luce más alegre y divertido*»; lo que claramente demuestra su filosofía descomplicada.

Su concepto mezcla varios elementos: hamburguesas, veganismo, comida rápida y colores. Resultado: Comida rápida de coloridas hamburguesas veganas en un ambiente relajado. De hecho este es un buen método para crear ideas novedosas: junte varias cosas a ver qué sale.

Flower Burger parte de la preconcepción de que la comida vegana es simple y aburrida, lo que contrasta con su ambiente y sus colores. El restaurante tiene una atmósfera hippie moderna que se mezcla bien con sus psicodélicas hamburguesas veganas, las cuales son servidas con pan casero coloreado con ingredientes naturales.



(<https://bienpensado.com/wp->

[content/uploads/2019/12/Flower-Burguer-Rotterdam.jpg](https://bienpensado.com/wp-content/uploads/2019/12/Flower-Burguer-Rotterdam.jpg))

En la entrada del local de Flower Burger en Rotterdam, Holanda



La filosofía está en cada pared del negocio: La paz mundial comienza en la cocina. Amo la comida colorida. Sabor profunda y fragancias sorprendentes. Busco la felicidad saludable. Conecto gente a la tierra. Soy un hippie moderno. Soy Flower Burger.



Con Layla Chotoe y su socia, las franquiciatarias de Flower Burger en Rotterdam

Y siempre saldrá competencia

En todo sector, cuando alguna tendencia empieza a ganar tracción, surgen los competidores. Y por supuesto, la competencia llegará ofreciendo «lo mismo» pero más barato. Sin embargo, como todos sabemos, parecido no es lo mismo (<https://bienpensado.com/parecido-no-es-lo-mismo/>); por lo que evidenciar los diferenciales es más necesario que nunca.

A un par de cuadras de Flower Burger me encontré este local vendiendo hamburguesas coloridas, que aunque no son veganas, utilizan el color como atractivo, por lo que las llaman hamburguesa arco iris o *Rainbow Burger*.



Rainbow Burger también utiliza el concepto de hamburguesas coloridas

¿Puede agregarle «color» a su negocio?

Todos podemos «colorear» lo que hacemos. Todos podemos exaltar los elementos alrededor de lo que vendemos; hacerlo más amable, entretenido y humano. Podemos pensar no solo en el producto o servicio, sino ir más allá para crear experiencias memorables (<https://bienpensado.com/10-principios-para-crear-experiencias-memorables/>).

Es darle vida al punto de venta (<https://bienpensado.com/su-punto-de-venta-debe-contar-una-historia/>), alegrar la fachada (<https://bienpensado.com/toda-fachada-cuenta-una-historia/>), facilitar los procesos, dar una cálida bienvenida, sorprender en el empaque, enviar una nota a mano y ponerle humor (<https://bienpensado.com/el-humor-de-southwest-airlines/>) a la vida.

¿Cómo podría darle más «color» a su negocio para sacar una sonrisa en sus clientes y diferenciarse de su competencia?