



Título documento

Ajustando mi producto a las necesidades del mercado

Tipo de documento

Artículo de Interés

Ajustando mi producto a las necesidades del mercado

Satisfacer necesidades y/o deseos de un público determinado es condición necesaria para que un producto o servicio pueda tener posibilidades de competir en el mercado. Por eso, es esencial tener respuesta a diversas cuestiones que podrán orientarnos para planificar nuestra oferta comercial

Lanzamos o desarrollamos un producto o servicio con un objetivo concreto, satisfacer las necesidades (o deseos) de una persona, grupos de personas o también de empresas a las que básicamente, les estamos resolviendo un problema! Para cualquiera de nosotros, en general, cuando necesitamos algo...tenemos un problema, y debemos solucionarlo en un lapso de tiempo determinado; a veces en forma urgente, otras en un tiempo, pero debemos solucionarlo. Y cuando no podemos o no sabemos hacerlo por nuestros propios medios, recurrimos a un tercero que casualmente es un emprendimiento, empresa, profesional, etc.

En general los problemas que resolvemos a nuestras clientes son Explícitos (ej, un restaurante soluciona la necesidad de alimentarse) e Implícitos (en realidad, más que alimentarse el cliente busca comodidad, servicio y en ocasiones, status)

Ajustando nuestra producto o servicio al mercado

Entonces, es en función de nuestra propuesta como "elemento satisfactor" (bien podríamos llamar así a nuestros productos o servicios) que a un precio, comunicación y canal de venta determinados que debemos apuntar a ajustarla a lo que necesita el mercado al cual nos estamos dirigiendo. Y sin olvidar que hay otros (competidores) haciendo lo mismo que nosotros.

Entonces, supongamos que emprendo un negocio de productos destinados a la seguridad del personal en empresas. Antes de lanzarme o si quiero evaluar cambios o simplemente hacer un buen diagnóstico de situación, debo preguntarme:

- 1) A quién quiero captar?** A que segmento/s de mercado quiero llegar para solucionar sus problemas (satisfacer lo que necesitan y/o desean?). Ej: Empresas industriales
- 2) Qué necesidades tienen?** En general las necesidades en las empresas son de 2 tipos: ganar más dinero o reducir la salida de dinero ahorrando en costos. En este caso sería la segunda. Ej: Protección del personal. Reducir riesgos. En síntesis, ahorrar dinero

3) Qué beneficios buscan? Son los puntos concretos que permiten satisfacer lo que los clientes necesitan en función de lo que necesitan. Ej. Elementos de protección física, durables y resistentes.

4) Qué les voy a brindar? Aquí tenemos que ver que le ofrezco con mis productos o servicios, de forma tal de cubrir lo que necesitan y los beneficios que van a percibir. Ej: Productos de alta calidad, con materias primas de primer nivel. Garantías

5) Cómo me diferencio? Esto es en términos de la competencia, porque van a elegir mi producto y no al de mis competidores. Ej. Mejores insumos para lograr una mayor calidad y duración superiores.

6) Dimensiones del mercado y aspectos cualitativos Estudio de mercado. Sería estudiar a fondo que tamaño tiene el mercado, sus particularidades, productos y servicios que compran, principales necesidades, modalidades de compra, ubicación geográfica, entre otras variables

Plan de Marketing y Estructura Comercial

Esta información nos servirá para diagramar el Plan de Marketing, donde debemos especificar nuestro producto/servicio, precios y descuentos, canales de venta, publicidad y difusión.

También debemos programar que estructura comercial necesitamos para que nuestro producto llegue a los segmentos de mercado definidos, como atenderlos y que secuencia y procedimientos involucran el proceso de venta, desde la recepción del pedido o de consultas informativas hasta el cierre de la venta, despacho y cobranza.

Es conveniente definir objetivos de venta también.

Tenemos que conocer cómo vamos a producir y qué recursos financieros necesitamos.

¿Quiero/puedo "meterme en esto"?

Si ya tenemos estudiados los puntos precedentes, y todavía no lanzamos el emprendimiento al mercado, nos restará preguntarnos si queremos o podemos "meternos" en este negocio, o bien qué cosas debemos ajustar para poder hacerlo.

Autor: Lic. Víctor Kertesz

Tomado de: www.emprendedoresnews.com