

Deseabilidad

Importancia: problema o necesidad a resolver importante para el cliente
Frecuencia con la que tiene que resolver esa necesidad
Grado de Insatisfacción con las propuestas actuales

Capacidadde compra o coste de la decisión
Grado de credibilidad o autoridad
Coste acceso canales, comunicación, prescriptores,...

Factibilidad