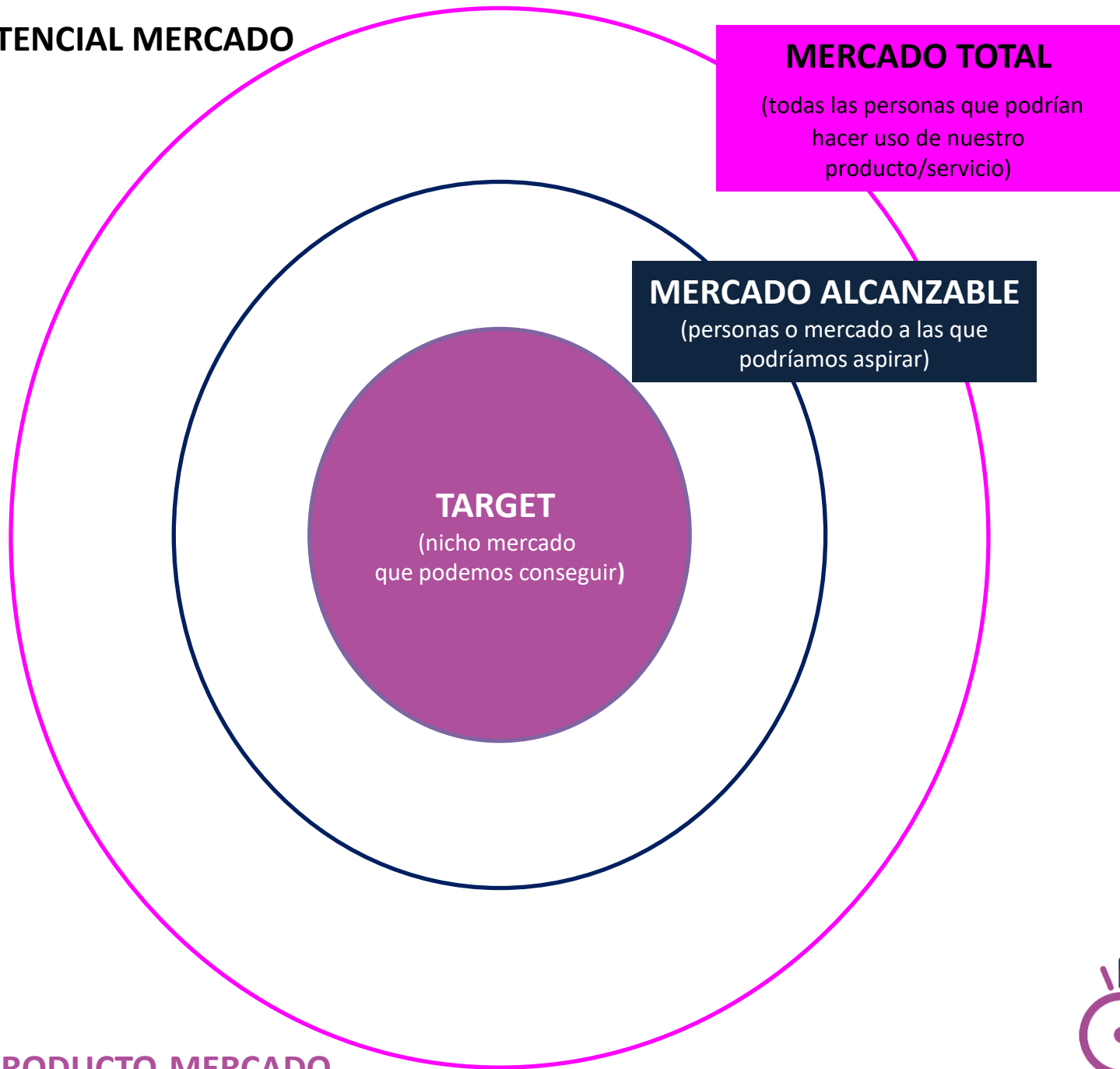


EKITEN 5 – POTENCIAL MERCADO



Fuente: Elaboración propia a partir modelo SAM, TAM, SOM

Validando PRODUCTO-MERCADO



MERCADO TOTAL

(todas las personas que podrían hacer uso de nuestro producto/servicio)

Se refiere al mercado total de mercado para nuestro producto o servicio.

Fuentes:

- Tamaño de mercado:
 - Fuentes estadísticas
 - Estudios de mercado
 - Datos indirecto de demanda existente
- Valoración del mercado:
 - Métricas económicas
 - Unidades físicas
 - ...

MERCADO ALCANZABLE

(personas o mercado a las que podríamos aspirar)

No todo el mercado potencial suele estar a nuestro alcance ¿podríamos estimar cuál es ese mercado al que sí podríamos llegar? Aspectos a tener en cuenta:

- ¿Qué ofrece de más/distinto respecto a la oferta ya existente?
- ¿El cliente soluciona de otra manera (productos sustitutivos) su necesidad actual?
- ¿Qué elementos diferenciadores valora el cliente potencial?
- ¿Qué barreras de entrada hay ?
- ¿Qué valor tiene la relación que tienen establecida con mis potenciales clientes los competidores actuales ? ¿Es una barrera de entrada importante para mi?
- ¿Qué peso tienen los prescriptores?

TARGET

(nicho mercado que podemos conseguir)

Es la parte del mercado alcanzable que podemos obtener con nuestros recursos disponibles para llevar nuestra propuesta de valor a nuestros segmentos de clientes.

- ¿Qué necesidades concretas puedo resolver actualmente?
- ¿Qué ofrezco de más/distinto que compense al potencial cliente a cambiar?
- ¿Qué necesita para poder hacer el cambio? ¿Cuál es el coste para el cliente? ¿Qué puedo hacer yo para facilitar ese cambio?
- ¿A qué tipo de personas puedo acceder actualmente?
- ¿Qué canales utilizan y cómo puedo acceder a ellos?
- ¿Qué recursos disponibles tengo actualmente? ¿Qué volumen de demanda puedo atender?

