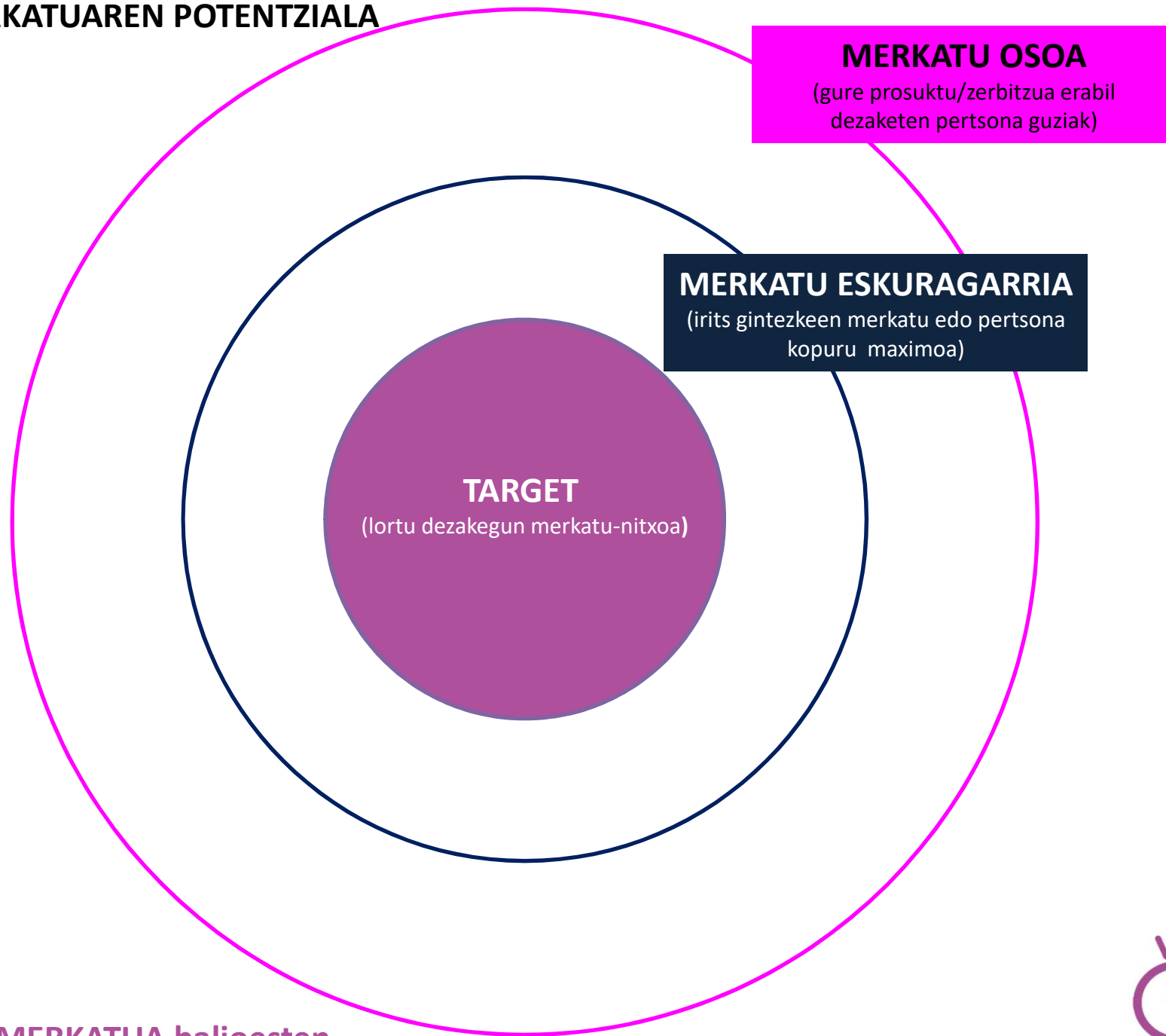


EKITEN 5 – MERKATUAREN POTENTZIALA



Iturria: Egilea bera, SAM TAM SOM ereduaren oinarritua.

PRODUKTU-MERKATUA balioesten

MERKATU OSOA

(gure produktu/zerbitzua erabil dezaketen pertsona guziak)

Gure produktu/zerbitzuarentzat merkatu osoa edo totala.

Iturriak:

- Merkatuaren neurria:
 - estadistikak
 - Merkatu ikerketak
 - Gaur egungo eskaera adierazten duten datu ezzuzenak
- Merkatuaren balorazioa
 - Metrika ekonomikoak
 - Unitate fisikoak
 - ...



MERKATU ESKURAGARRIA

(irits gintezkeen merkatu edo pertsona kopuru maximoa)

Merkatu potentzial osoa ez da guretzat eskuragarri izaten. Merkatukozein zatitara irits gintezke? Kontuan hartzeko:

- Zer eskeintzen dugu gehiago/desberdin gaur egun merkatuak eskeintzen duenetik?
- Bezeroak beste modu batetan asebetetzen du bere beharra?
- Zein elementu bereizgarri baloratzen ditu gure bezero potentzialak?
- Zein sarrera oztopo ditugu?
- Zer balio du gaur egun nere konpetentziak zere bezero potentzialekin duen harremanak? Neretzat sarrera oztopo handia da?
- Zein da preskriptoreen pisua?

TARGET

(lortu dezakegun merkatu-nitxoa)

Gure balio proposamena gure bezero potentzialei eramateko gure baliabideekin lortu dezakegun merkatuaren zatia da.

- Zein behar zehatzei erantzuke prest gaude orain?
- Bezero potentziala aldaketarako prest egon dadin zer eskeintzen diot gehiago/desberdin?
- Zer behar du aldaketa egiteko? Zein da beretzat kostua? Zer egin dezaket nik aldaketa hori egin dezan?
- Zer pertsona motara heldu naiteke orain?
- Zein kanal erabiltzen dituzte? Niretzat irekita daude?
- Zer baliabide ditut eskura? Zein eskaera bolumeni eman diezaioket erantzuna?