

Vida de producto e investigación

Todo tiene un principio y un fin...



INTRODUCCIÓN

Prueba de ideas sobre un producto
Estudios exploratorios de hábitos y usos
Pruebas piloto sobre un producto
Estudios organolépticos (color, olor, sabor, textura...) (HALL Y HUT)
Evaluación de Mercado de Prueba
Pruebas publicitarias de lanzamiento

CRECIMIENTO

Pruebas de aceptación
Desempeño del producto y de la competencia
Evaluación de Estrategias promocionales
Pruebas publicitarias de sostenimiento

MADUREZ SATURACIÓN

Experiencia con el producto
Imagen del producto (Mapas de posicionamiento)
Niveles de desgaste
Estudios de canales de distribución
Reposicionamiento: Explorar otros usos, nueva presentación, nuevo enfoque publicitario, precio, análisis de competencia
Promociones para reactivar el producto Perfil del usuario

DECLIVE ABANDONO

Hábitos, expectativas, modas.
Ventajas de la competencia
Oportunidades del producto