

## ACTIVIDADES IPE II



### FICHA 2 - DEFINIENDO EL PRODUCTO

**Objetivo de la ficha:** Definir todos los elementos del producto: básico, formal, ampliado; los productos sustitutivos; y la fase de vida del producto en que se encuentra; estableciendo estrategias de marketing respecto al producto

1º) Basándote en tu idea de negocio establece el **producto básico, formal y ampliado**. Guíate de las siguientes preguntas:

a) Producto **básico**: la necesidad. ¿Qué necesidad está cubriendo en los clientes? Recuerda la unidad de la idea de negocio.

b) Producto **formal**: las características formales.

1- Qué cantidad de producto y qué calidad.

2- El diseño y el envase, en su caso.

3- La marca (la desarrollas en la pregunta 4º).

4- Las características técnicas, cómo es el producto, la caducidad.

5- Si ofrece algún servicio añadido ese producto.

c) Producto **ampliado**: ventajas adicionales. ¿Qué otras ventajas, además del producto en sí, ofrece comprar ese producto? Por ejemplo: instalación, financiación, servicio post-venta y garantía, envío a domicilio, otras ventajas.

2º) ¿Existen **bienes sustitutivos** de tu producto? ¿Y complementarios? Es importante que definas bien cuáles son aquellos bienes sustitutivos, ya que su mayor demanda conllevará que no se venda tanto el tuyo.

3º) Es muy importante que indiques en **qué fase del ciclo de vida** se encuentra el producto que quieres vender. De ello dependerá que utilices unas estrategias u otras de marketing:

a) Fase de **introducción**: producto incógnita. ¿Por qué es un producto incógnita? ¿Qué estrategia debes utilizar? ¿Qué riesgo asumes?

b) Fase **crecimiento**: producto estrella. ¿Es un producto del que están empezando a crecer mucho sus ventas? ¿Qué estrategias debes utilizar?

c) Fase de **madurez**: producto vaca. ¿Es un producto que ya lo tiene todo el mundo? ¿Qué estrategia debes seguir?

d) Fase de **declive**: producto perro. Si es un producto del que bajan sus ventas, ¿por qué quieres seguir vendiéndolo? ¿Qué puedes modificar de él para continuar en el mercado con ese producto?

4º) Basándote en tu idea de negocio, busca **qué estrategias sobre el producto** vas a utilizar de las 4 siguientes:

a) De **diferenciación** del producto: ¿En qué se va a diferenciar tu producto de la competencia?

b) De **marca**:

1- Elabora una marca, incluyendo: el nombre que le vas a dar y el logotipo. Incorpórale un grafismo o dibujo a la marca.

2- Piensa en un eslogan que identifique a la empresa.

c) De **incorporación** de servicios adicionales: Súmale al producto algún servicio añadido que pueda diferenciar tu producto de la competencia.

d) De **alargamiento** de la vida del producto: Si tu producto está al final de su ciclo de vida, piensa en alguna innovación para modificarlo y lanzarlo al mercado.

CON ESTA FICHA SE EVALÚA EL RESULTADO DE APRENDIZAJE 4 CRITERIO DE EVALUACIÓN II)

## 1º Producto básico, formal y ampliado

- **Producto básico:** Cubre la necesidad de obtener información técnica fiable y actualizada, resolver problemas informáticos específicos y satisfacer el deseo de pertenencia a una comunidad de nicho y profesional tecnológica.
- **Producto formal:** Plataforma web y aplicación móvil con interfaz intuitiva y modo oscuro optimizado para lectura de código si hace falta. Ofrece contenido de alta calidad estructurado y verificado por moderadores y usuarios expertos.
- **Producto ampliado:** Sistema de gamificación con reputación por colaborar, notificaciones personalizadas sobre actualizaciones de software y opción de suscripción Premium sin publicidad.

## 2º Bienes sustitutivos y complementarios

- **Bienes sustitutivos:** Foros generales como Reddit o Stack Overflow, documentación oficial de Microsoft o Linux, y herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT.
- **Bienes complementarios:** Repositorios de código como GitHub, plataformas de cursos online como Udemy y entornos de desarrollo de software (IDEs).

*(Todo eso lo reunimos en un apartado de la aplicación y lo damos a un alcance más fácil para el usuario).*

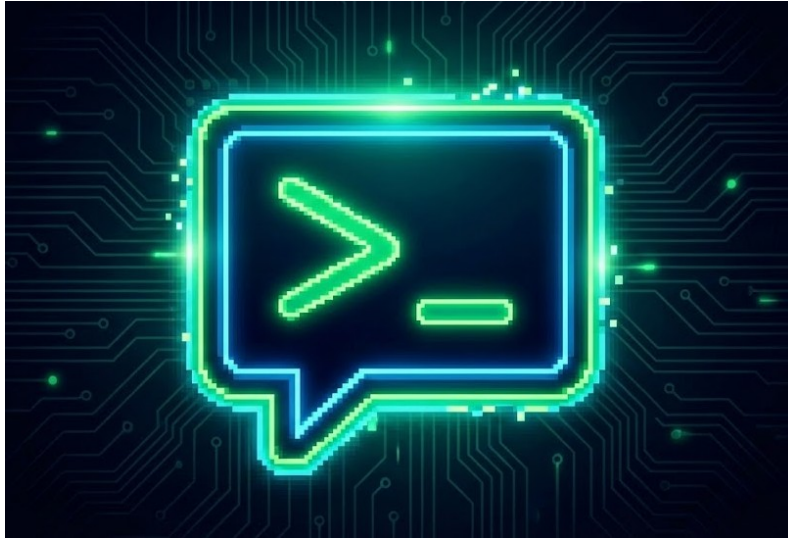
## 3º Fase del ciclo de vida

- **Fase:** Fase de Introducción (Producto Incógnita).
- **Justificación:** Al ser una plataforma nueva, el mercado aún no la conoce masivamente y las ventas (usuarios) son bajas al inicio. Se requiere una estrategia de promoción intensa para captar a los primeros usuarios innovadores.

## 4º Estrategias sobre el producto

- **a) Diferenciación:** Se diferencia por combinar la estructura organizada y fiable de una enciclopedia técnica con la interacción dinámica y social de un foro de debate, especializado exclusivamente en el sector informático, lo cual en un futuro se puede expandir a petición de los usuarios.
- **b) Marca:**
  - Nombre: BgHub

- Logotipo:



- Eslogan: El comando que te falta.
- **c) Incorporación de servicios adicionales:** Integración de un terminal o "sandbox" online que permita a los usuarios probar los comandos y scripts de forma segura directamente en el navegador.
- **d) Alargamiento de la vida del producto:** Todo dependerá de el mantenimiento que le demos y sobre todo de los usuarios que serán los que irán desarrollando la app como funciona una red social.