

El mercado

Es fundamental comprender que tu producto no existe en un vacío; compite con otros y se dirige a un grupo específico de personas

Mercado:

Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a tener la capacidad para realizar un intercambio para satisfacer esa necesidad o deseo

**Dirección de la mercadotecnia,
Phillip Kotler**

Tamaño del mercado depende del número de personas que muestren la necesidad, tengan los recursos que interesen a otros y estén dispuestos a intercambiar esos recursos

De la Solución Técnica a la Oportunidad de Mercado

- La trampa del "producto solución": crear algo porque "se puede" y no porque "se necesita".
- La mentalidad del ingeniero de producto exitoso: una fusión de habilidades técnicas y un profundo entendimiento del mercado.
- El análisis de mercado como el pilar fundamental del desarrollo ágil de producto.

El Ecosistema de su Producto

- Segmentación del Mercado: Más allá de la demografía.
 - Geográfica: ¿Dónde está su cliente? (Urbano vs. rural, regiones).
 - Demográfica: Edad, género, ingresos, educación.
 - Psicográfica: Estilo de vida, valores, intereses.
 - Comportamental: Frecuencia de uso, lealtad a la marca, beneficios buscados.

Análisis de la competencia

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

