

MATRIZ INNOVACION PRODUCTO - MERCADO

SECTOR PRODUCTOS Y SERVICIOS

CLIENTE




MERCADOS - SECTORES - SEGMENTOS OBJETIVO

MERCADOS - SECTORES - SEGMENTOS OBJETIVO									
ACTUALES					POTENCIALES				
MERCADO NACIONAL / INTERNACIONAL					MERCADO INTERNACIONAL		MERCADO NACIONAL		
SECTOR A	SECTOR B	SECTOR C	SECTOR E	SECTOR D	SECTOR E	SECTOR F	SECTOR G	SECTOR H	
XXX	YYY			???				

		SECTOR 1 SITUACION ACTUAL						SECTOR 3 INNOVACION EN MERCADOS				
ACTUALES												
POTENCIALES	SECTOR 2 INNOVACION EN PRODUCTOS Y SERVICIOS						SECTOR 4 NUEVAS UNIDADES DE NEGOCIO					

SECTOR 1	SITUACION ACTUAL	Identificar productos /servicios actuales y mercados actuales: Definir los productos y cruzar con los mercados, sectores y segmentos que actualmente son nuestros clientes. Una vez realizado esto, marcar con color la situacion del producto (estrella, vaca, incognita, perro)
SECTOR 2	INNOVACION EN PRODUCTOS Y SERVICIOS	Identificar nuevos productos o variantes sobre los existentes, así como dimensiones de servicio complementarios. Cruzarlos con las necesidades de nuestros mercados actuales
SECTOR 3	INNOVACION EN MERCADOS	Identificar nuevos mercados / sectores / segmentos a los que orientar nuestra cartera actual
SECTOR 4	NUEVAS UNIDADES DE NEGOCIO	Cruzar las nuevas dimensiones de producto con los mercados potenciales, nos dara el desarrollo de nuevas unidades de negocio.

- PRODUCTO "ESTRELLA"
- PRODUCTO VACA
- PRODUCTO ¿?
- PRODUCTO "PERRO"

-  Alto potencial y alto nivel de facturación. POTENCIAR , CUIDAR ALTA
-  FACTURACION, PERO PIERDE RENTABILIDAD (maduro) ALTO
-  POTENCIAL Y ESCASA FACTURACION
- BAJA FACTURACION E INNOVACION: DESCARTAR, REEMPLAZAR