

## 2. Análisis del mercado

*Para nuestra empresa el mercado lo forman los clientes que van a satisfacer una necesidad con el bien que producimos y comercializamos. Debemos conocer quiénes y cuántos son esos clientes, a cuánto asciende su demanda y qué otras empresas son competidoras.*

Debemos responder a:

- Posibles clientes, grupo de clientes a quién va dirigido la oferta son.....
- Los posibles clientes ascienden a un número aproximado.....
- El total de compras que realizan estos clientes respecto al producto, es decir, la demanda en €.....
- Los principales competidores directos presentes en nuestro mercado son.....
- Destaca como competidor, la empresa.....
- Las ventas que deseamos alcanzar se estiman en €.....
- Estas ventas se obtienen en (meses).....
- etc .....

### El posicionamiento de la oferta

*El posicionamiento hace referencia a la forma en que deseamos que los clientes perciban nuestra oferta frente a los competidores.*

Deseamos que nuestra oferta sea percibida por los clientes de la siguiente forma (definir el posicionamiento con el mayor detalle posible, indicando aquellos aspectos en los que deseamos que sobresalga nuestra oferta tal y como la deben percibir los clientes, y ello en comparación con las ofertas de nuestros competidores).

Ejemplo: dependiendo del tipo de producto que vendamos, indicar si deseamos que éste sea percibido como barato o caro, de alta calidad o calidad media, duradero, atractivo, fácil de emplear por parte del cliente, seguro, cómodo, asequible en la forma de pago, si lo puede encontrar fácilmente en cualquier establecimiento comercial, etc.