

# TEST DE CONCEPTO, PRODUCTO, PACKAGING

Para que nuestros productos tengan éxito en un mercado dinámico y competitivo, y evitar fracasos en su desarrollo o lanzamiento, es necesario satisfacer las necesidades y deseos del consumidor. Este tipo de estudios permite conocer en qué medida nuestros productos satisfacen estas necesidades y su nivel de viabilidad en el mercado.

## 1. ESTUDIAR LOS HÁBITOS DE COMPRA Y/O CONSUMO DE NUESTRO MERCADO

- Hábitos de uso y/o consumo
- Frecuencia de uso y/o consumo
- Volumen y Gasto asociado al consumo
  - Estructura de mercado (marcas)
- Identificación de segmentos de consumidores

*Estudio base de mercado*

## 2. EVALUAR LAS "IDEAS" (CONCEPTO, PRODUCTO, ETC.) GENERADAS

- Nivel de aceptación o rechazo
  - Palancas o frenos asociados
- Fortalezas y debilidades de la "idea"
- Proyección/ Deseo de compra de la "idea"

*Test de concepto de producto*

## 3. DETERMINAR LA ACEPTACIÓN DE NUESTRA "IDEA" EN EL MERCADO

- Determinar área geográfica del producto
- Cuantificar los principales indicadores de medición de éxito:
  - Demanda potencial, Volumen de ventas, Segmentos con mayor potencial, Etc..

*Estudio de viabilidad de un producto*