

Índice

Introducción	13
Parte 1 / Análisis de datos	17
Unidad 1 Identificar sus productos	18
Definir su línea de producto	18
Trazar el perfil de sus productos	21
Perfilar la identidad de marca	23
Unidad 2 Administrar su línea de producto	25
Determinar la etapa del ciclo vital del producto....	25
Trazar el perfil de su cartera de productos.....	27
Unidad 3 Evaluar las ventas del producto	31
Medición histórica de las ventas	31
Analizar las pautas de ventas	38
Unidad 4 Determinar la rentabilidad del producto	41
Establecer la estructura de precio/coste de su producto	41
Analizar la estructura de sus ganancias	42
Determinar el rendimiento de la inversión (RI)	44
Unidad 5 Analizar la capacidad de su producción	47
Establecer la capacidad de su producción	47
Determinar los recursos y limitaciones de su producción	48
Evaluar el control de las operaciones	50

Unidad 6	Evaluar su situación legal	52
	Evaluar la protección de los derechos de autor, patentes, secretos comerciales y marcas registradas	52
	Evaluar la responsabilidad del producto	53
	Examinar los contratos y acuerdos pendientes .	54
Unidad 7	Evaluar la investigación y el desarrollo de productos	56
	Evaluar el desarrollo de productos históricos	56
	Evaluar el estado de desarrollo del producto	56
	Organizar el ensayo del producto y sus actividades de investigación	58
Parte 2 /	Presentación de datos: formularios	65
1.	Propósito del producto	67
2.	Mercado objetivo	69
3.	Factores distintivos del producto	71
4.	Características y ventajas del producto	73
5.	Imagen del producto	75
6.	Apariencia del producto	77
7.	Etapas del ciclo vital del producto	80
8.	Evaluación del <i>mix</i> del producto: modelo matricial del análisis de cartera	82
9.	Contribución aportada por la venta de los productos ...	88
10.	Ventas por producto	91
11.	Ventas por tipo de cliente	92
12.	Ventas por zonas geográficas	93
13.	Ventas por bocas de expendio	94
14.	Pronóstico de ventas por producto	95
15.	Pronóstico de ventas por tipo de cliente	96
16.	Pronóstico de ventas por zonas geográficas	97
17.	Pronóstico de ventas por bocas de expendio	98
18.	Ventas estimadas de productos nuevos	99
19.	Ventas estimadas de productos nuevos por tipo de cliente	100
20.	Ventas estimadas de productos nuevos por zonas geográficas	101
21.	Ventas estimadas de productos nuevos por boca de expendio	103

22. Tendencias de las ventas de un producto	103
23. Fluctuaciones de las ventas por temporada	105
24. Estructura de precio/coste de un producto	108
25. Estructura de ganancias del producto	110
26. Rendimiento de la inversión (RI)	112
27. Capacidad de producción	114
28. Recursos y limitaciones de la producción	115
29. Control de las operaciones	116
30. Derechos de autor, patentes, secretos comerciales y marcas registradas	118
31. Responsabilidad del producto	119
32. Acuerdos legales	120
33. Productos en desarrollo	122
34. Estado de desarrollo del producto	123
35. Ensayo del producto	124
36. Investigación del producto	125
 Acerca del autor	 127