



Herramienta: La matriz cliente-producto

Resultado: Reconocerá la importancia de los productos y los clientes en términos de rentabilidad y crecimiento potencial.

Grupo de productos	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4
Grupo de clientes				
Cliente 1				
Cliente 2				
Cliente 3				
Cliente 4				
Cliente 5				

Revise su matriz Cliente-Producto y analice lo siguiente:

- Oportunidades del producto
- Replicabilidad del producto
- Sinergia del producto con otros productos y grupos de clientes
- Velocidad de finalización del producto
- Eficacia del producto para generar flujo de caja

Siguiente:

- 1) Seleccione los productos clave para su plan de negocio.
- 2) Cree un plan mensual para el desarrollo del primer producto.
- 3) Cree un plan de tres años para su desarrollo.

