

Cómo captar la atención del consumidor, el principal reto de las estrategias de gestión de producto

En un entorno donde la competencia es cada vez mayor, el objetivo está en lograr que un producto destaque en el mercado por su innovación, sobre otros productos similares, según The Valley

En la economía digital, la innovación es clave para el éxito de las empresas. Los consumidores están constantemente buscando nuevas alternativas, tanto a sus productos tradicionales como a los productos digitales, y aquellas compañías que ofrezcan servicios y productos digitales, innovadores y adaptados a las demandas de los consumidores, jugarán con ventaja en un entorno sumamente competitivo.

Actualmente, la demanda de los consumidores se dirige hacia el ocio, la salud física y mental, servicios que ofrezcan conveniencia y flexibilidad, productos comprometidos con la sostenibilidad o productos digitales que favorezcan la productividad y garanticen la ciberseguridad. Teniendo en cuenta estos factores, es función de los Product Manager gestionar e innovar en los productos y servicios para satisfacer estas demandas, aportar un valor diferencial y lograr un crecimiento de su negocio.

La gestión de productos es sumamente importante para la consolidación y crecimiento tanto de startups como pymes y grandes empresas. Y es que esta práctica, que se engloba dentro de la estrategia de marketing, no ha hecho más que ganar protagonismo en un entorno en el que las compañías tienen cada vez más competencia y hacer que un producto destaque sobre otros similares supone uno de los obstáculos principales.

No obstante, una buena estrategia de marketing y gestión de productos que tenga en cuenta factores como los canales en los que se ubican los clientes, qué buscan, cómo lo buscan y qué necesitan, puede resultar en un éxito para el negocio. Los expertos de The Valley arrojan luz sobre sus beneficios:

Toma de decisiones, más acertada y basadas en datos. A la hora de crear un nuevo producto o de comenzar una estrategia de mejora, o crecimiento de un producto digital, el análisis de datos es uno de los factores claves que se deben realizar para poder tomar las decisiones más correctas. El saber cómo usan los usuarios los productos, cada cuánto los usan, qué esperan del producto, etc, puede ayudar mucho al Product Manager a desarrollar una estrategia adecuada. Por esta razón, es imprescindible que los expertos tengan conocimientos de analítica y que trabajen de la mano de los profesionales de este ámbito para obtener todos los insights que le puedan ayudar en su trabajo.

Crecimiento del negocio gracias al Growth Hacking. La base del éxito de un producto y un negocio está en su capacidad de innovar y de seguir creciendo a medida que pase el tiempo. Para ello, es clave implementar estrategias de Growth Hacking que ayuden a acelerar la notoriedad y crecimiento de un producto o negocio de forma rápida. En este sentido, cobran especial importancia factores como la

creatividad, la capacidad estratégica y analítica o la visión de negocio de los encargados de la gestión de productos.

Design Thinking y Lean Startup, 2 metodologías básicas para la innovación. Para crear, desarrollar y comercializar productos realmente innovadores, la base está en la creatividad, el análisis y en seguir una metodología de trabajo en la que se vaya avanzando mediante tareas cortas para evaluar si un nuevo producto que se lance al mercado será bien recibido por el público. Así, la figura del Product Manager deberá dominar las técnicas del Design Thinking y Lean Startup con el objetivo de identificar problemas y oportunidades de innovación o para diseñar nuevos productos.

Desarrollo de productos más rápido y ágil. Para la estrategia de desarrollo y crecimiento de productos y negocios cada paso y cada decisión cuentan. Es por ello que la clave es trabajar siguiendo metodologías de trabajo agile, que fomenten, en un mismo equipo, la integración de diversos miembros de la organización que aporten su expertise en diseño de producto, analítica o negocio, para en común, ir trabajando en las distintas fases y ciclos de trabajo definidos, con el objetivo de lograr los objetivos.

Un paso importante en el éxito del negocio. Contar con una estrategia definida de desarrollo y crecimiento de productos es la base del éxito para cualquier empresa en la economía digital. Y es que el objetivo principal de esta práctica es crear y desarrollar nuevos productos o servicios, darles forma, adaptarlos a las necesidades del mercado para satisfacer demandas y aportar soluciones a problemas, e impulsar la notoriedad y comercialización de este. Si los productos son exitosos, el negocio también lo será.

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Digital](#) [Formación](#) [Recursos humanos/empresa](#) [Gran consumo y distribución](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>