

PASOS PARA DESARROLLAR UN PRODUCTO

Existen autores con divergencias en la secuencia de pasos, por la amplitud del detalle o la simplicidad de la metodología, a continuación, se presenta el procedimiento según Raeburn A. (2022):

1. La Generación de la Idea (la ideación)

La etapa inicial del proceso de desarrollo de productos comienza con la generación de las ideas para el producto nuevo. La etapa de ideación inicial consiste en una lluvia de ideas acerca de los conceptos del producto basados en las necesidades de los clientes, en los precios y en las investigaciones del mercado.

Para iniciar la concepción de un producto nuevo, es conveniente tener en cuenta los siguientes factores:

- Mercado objetivo: el mercado objetivo es el perfil del consumidor para el que elaboras el producto. Es muy importante identificarlo desde el principio para desarrollar el concepto del producto orientado a ese mercado objetivo.
- Productos que ya existen: una vez que tienes el concepto del producto nuevo, es muy buena idea evaluar el portafolio de los productos que ya tienes. ¿Hay productos con los que se resuelve un problema similar? De ser así, ¿el concepto nuevo es lo suficientemente diferente como

para que sea viable? Si respondes a estas preguntas podrás asegurar el éxito del desarrollo de tu concepto nuevo.

- Funcionalidad: si bien es cierto que todavía no necesitas contar con un informe detallado de la funcionalidad del producto, sí deberías tener una idea general de para qué funciones servirá.

2. Definición del Producto

Una vez que hayas finalizado el caso de negocios y hayan analizado el mercado objetivo y la funcionalidad del producto, será hora de definir el producto. A la definición también se la conoce como el desarrollo del concepto o del alcance y se centra en perfeccionar la estrategia del producto.

Durante esta etapa, es muy importante definir los detalles específicos del caso, entre ellos, los siguientes:

- El análisis de negocios: un análisis de negocios consiste en establecer las estrategias de distribución, y en llevar a cabo un análisis más profundo de la competencia. El propósito de este paso es empezar a elaborar una hoja de ruta del producto definida con claridad.
- Propuesta de valor: la propuesta de valor es el problema que se resuelve con el producto. Qué es lo que lo diferencia de otros productos del mercado. Este valor puede ser útil

para la investigación de mercado y para desarrollar la estrategia de marketing.

- Métricas de éxito: para poder evaluar y medir el éxito una vez que se lanza el producto, será esencial tener en claro cuáles son las métricas de éxito. ¿Hay métricas clave que se desea evaluar? Por ejemplo: Podrían ser indicadores básicos como el valor promedio de los pedidos o algo más específico como los objetivos personalizados importantes dentro de la organización.
- Estrategia de marketing: una vez que hayas identificado la propuesta de valor y las métricas de éxito, inicia una lluvia de ideas sobre la estrategia de marketing que mejor se ajuste a tus necesidades.

3. Elaboración del Prototipo

Durante la etapa de elaboración del prototipo, el equipo investigará y documentará el producto exhaustivamente con la creación de un plan de negocios detallado y la construcción del producto.

Los prototipos, en las etapas iniciales, pueden ser tan simples como un dibujo o algo más complejo como una reproducción informática del diseño inicial. Estos prototipos te ayudan a identificar las áreas en riesgo antes de crear el producto.

Durante la etapa de elaboración del prototipo, trabajarás con detalles específicos como los siguientes:

- La investigación de riesgos del mercado: es muy importante analizar cualquier riesgo potencial asociado con la producción del artículo antes de crearlo físicamente.
- La estrategia de desarrollo: estimar cuál será el cronograma, es mediante la aplicación del método de la ruta crítica.
- El análisis de viabilidad: determina si la cantidad de trabajo y el cronograma estimado son realmente posibles de cumplir.
- El producto mínimo viable (MVP): piensa en el MVP como en un producto que cumple con las características necesarias como para presentarlo en un lanzamiento y que no tiene nada que exceda lo que es estrictamente necesario para que funcione.

4. Diseño Inicial

Durante la fase de diseño inicial, los participantes del proyecto trabajan juntos para producir un bosquejo del producto basado en el prototipo MVP. El diseño se debería crear con una audiencia objetivo en mente y habría que complementarlo con las funciones clave del producto nuevo.

Un buen diseño del producto puede requerir de varias iteraciones hasta que quede bien. Además, también puede hacer falta comunicarse con los distribuidores para conseguir los materiales necesarios para el diseño.

Para producir el diseño inicial, harás lo siguiente:

Obtener los materiales: para el diseño del modelo inicial, la obtención de los materiales es de suma importancia. Puede implicar que haya que trabajar con muchos proveedores, hacer los pedidos de los materiales o incluso crear los tuyos propios.

Conectarte con todos los involucrados: las comunicaciones estrechas durante la fase de diseño son esenciales, comparte informes del progreso con frecuencia semanal o diaria, para comunicar las novedades y obtener las aprobaciones que sean necesarias.

Recibir los comentarios iniciales: cuando el diseño esté terminado, solicita retroalimentación a los directivos y a los demás interesados en el proyecto que aporten sus comentarios, y realizar ajustes pertinentes.

5. Validación y Pruebas

Para que el producto salga al mercado, primero hay que validarlo y probarlo. De este modo, se garantiza que todas las etapas del producto, desde el desarrollo al marketing, funcionan de manera efectiva antes de lanzarlo al público.

Para garantizar la calidad del producto, haz lo siguiente:

Desarrollo del concepto y pruebas: probar la funcionalidad con la ayuda de otros miembros del equipo y de evaluadores de la versión beta a fin de garantizar la calidad del desarrollo.

Pruebas de la interfaz de usuarios (front-end): durante esta etapa, se prueban las funciones de la interfaz del usuario para detectar riesgos en el código de desarrollo o errores que afecten al consumidor.

Pruebas de marketing: antes de empezar a producir el producto final, prueba el plan de marketing para comprobar las funcionalidades, detectar errores y listas para el lanzamiento.

6. Comercialización

Hasta ahora, se ha finalizado el diseño y se ha comprobado la calidad del desarrollo junto con la estrategia de marketing, listo para salir al mercado.

En esta etapa se debe trabajar con lo siguiente:

- Desarrollo del producto: es la creación física del producto que se lanzará a los clientes. Bríndale al equipo el prototipo final y la información sobre las iteraciones del MVP para que el producto cumpla con las especificaciones correctas.
- Implementación de e-commerce: una vez que se haya desarrollado el producto estará todo listo para el lanzamiento. El equipo de Desarrollo pondrá los materiales de e-commerce en estado activo.

Referencias:

- Añez, J. (2020). Portafolio de Negocios. Economía360. Recuperado a partir de: <https://www.economia360.org/portafolio-de-negocios/>
- Euroinnova Business School. (2021). ¿Sabes qué es el desarrollo de productos? Euroinnova Business School. Recuperado a partir de: <https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-desarrollo-de-producto>
- Raeburn A. (2022). El proceso de desarrollo de productos en 6 etapas (incluye ejemplos). Asana. Recuperado el 2 de septiembre de 2022, de <https://asana.com/es/resources/product-development-process>