

## New Market

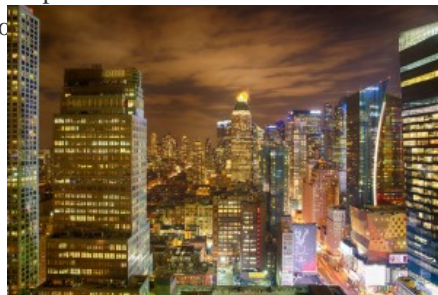


Entrada en nuevos mercados. Plan de internacionalización

Nuestro cliente, un proveedor de piezas de automoción había desarrollado una oferta nueva basada en la tecnología de un proceso patentado y el diseño de piezas con aplicaciones potenciales fuera de la industria de automoción. Se solicitó la evaluación del potencial de mercado y desarrollar una estrategia adecuada en el caso de potencial de mercado significativo.

## Enfoque

El equipo proyectó un número significativo de mercados de aplicaciones . Evaluamos el tamaño del mercado potencial de cada uno e identificamos la competitividad del producto de nuestro cliente frente a las soluciones existentes basadas en las características del producto en los niveles de precio.



Después de un proceso profundo de priorización, el equipo analizó los sectores en detalle, utilizando paneles de expertos y extensas entrevistas a los clientes finales y comerciales a fin de confirmar el potencial identificado en la investigación.

Basándose en las ideas del estudio de mercado, el cliente decidió entrar en uno de los mercados. Ayudamos en la definición de una estrategia de ventas adecuada, a partir de la selección de los canales correctos para identificar las grandes cuentas.

## Resultados

- Aumento del 3,4% del EBITDA