

5

1. Define el propósito de tu investigación de mercado

2. Entiende a tu sector productivo

3. Evalúa la competencia

4. Comprende a los clientes ideales

5. Comprende en dónde se encuentra tu negocio

6. Clasifica la información que recopilaste

7. Analiza la información

8. Utiliza tu investigación para optimizar tu negocio

Elegir fuentes de información:

Recurriendo a los recursos que me darán los datos de mi interés.

Ejemplo:

– Fuente secundaria: Consulta de estadísticas en Internet sobre usuarios de coches de gama alta.

6

Ventajas de una Investigación de mercados

Eficiencia

Te pone en contacto con tus clientes con una mayor rapidez

01

Rentable

No es necesario contratar a una costosa empresa de marketing para empezar

02

Competitivo

Genera una visión rápida y potente para situar los productos en la órbita de los clientes potenciales

03

Análisis de los datos:

En el momento de interpretar los datos conseguidos. Se sugiere el uso de tablas comparativas, gráficos, códigos para facilitar la interpretación y agrupación de datos.

