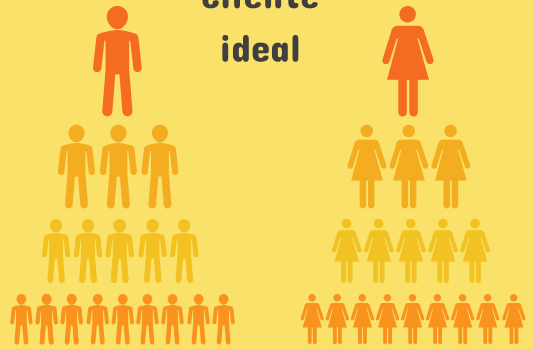


estudio de mercado

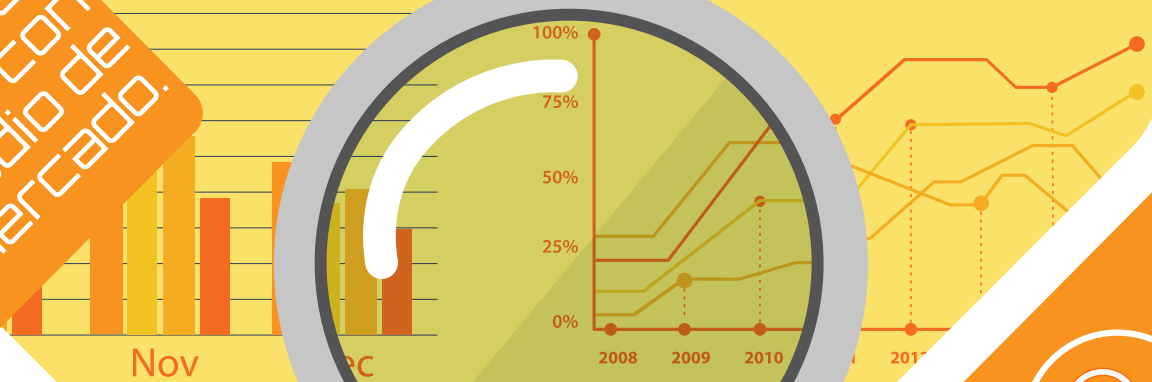
guia rapida



02
cliente
ideal



disminuye los riesgos y aumenta tu probabilidad de éxito con un estudio de mercado.



01
keyword
planner

Google ads

es básicamente la plataforma publicitaria de Google

03
circulos cercanos

Instituto nacional de estadística

feedback es bueno. Es clave. Búscalo y aprovéchalo.

04
tendencias

google trends

ayuda a encontrar una cantidad de búsquedas que se han realizado en un periodo de tiempo

demanda pasiva 05

facebook ads

es el sistema publicitario de Facebook volumen de mercado que puede estar interesado.



Este perfil debe ser un resumen de los puntos principales acerca del cliente ideal.

cuanto mas especifico mejor



Nombre

Género, Edad, Localización, Nivel de Educación, Nivel de Ingresos, Industria / Empleo:

Hábitos

- ¿Cuál es su necesidad o interés primordial en la vida?
- ¿Cuáles son sus mayores preocupaciones o puntos de dolor?
- ¿Qué le da miedo o le hace sentirse frustrado?
- ¿Cuáles son sus deseos?
- ¿Qué ambiciones tiene?
- ¿Está satisfecho con su trabajo?
- ¿Y con su vida?
- ¿Cuáles son sus valores?
- ¿Qué objetivos tiene?
- Si compra tu producto, contrata tus servicios o lee tu blog ¿cómo le hará sentir?
- ¿Qué tipo de experiencia busca cuando se interesa por un producto o servicio?

Pasiones

- Tipos de blogs que es probable que lea:
- ¿Qué revistas lee? ¿Qué le hace confiar en un blog/marca/fuente nueva?
- Libros favoritos: Aficiones:
- ¿Qué asuntos sociales le afectan? ¿Qué haría en un día libre de trabajo?
- ¿Le gusta viajar? ¿Dónde iría



esta casad@ tiene hijos
cuantos integran su grupo familiar



cuales redes sociales usa
¿ con que frecuencia ?



habito o preferencia referente a nuestro nicho de mercado



frecuencia de compra por internet, que compra, donde, que dispositivo usa

Estudio de Plabras Clave

En un estudio de keywords o palabras clave debemos responder lo siguiente:
¿Qué buscan mis clientes y cómo lo hacen?

Primordial comenzar con una búsqueda de palabras clave (keyword research o keyword planner), se trata de una estrategia básica y fundamental para cualquier proyecto que decidamos lanzar.

La búsqueda de las palabras clave consiste en localizar palabras o frases relevantes y que podamos abarcar en nuestro sitio web, Google Keyword Planner, es gratuita y sencilla: accede con un correo de google, busca el Planificador de palabras clave, podremos ver cuáles detecta como relacionadas, descubriremos nuevas palabras y el volumen de búsqueda.

Recomiendo hacer una hoja de cálculo donde coloques cada palabra y su volumen de búsqueda al finalizar tendremos las palabras que más son buscadas en nuestro nicho de mercado específico.

El poder de las long tail keywords

No podemos hablar de un análisis estratégico de keyword research y no hablar de keywords long tail (también conocidas como frases de "cola larga"). consiste en encontrar palabras clave más específicas pero que tengan una rentabilidad viable.

Un truco para ver palabras clave relacionadas con la competencia es introducir su URL en la caja correspondiente a las páginas web, verás cuáles son algunas de las que abarcan.

¡Así conseguirás ideas

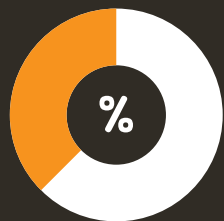
demanda activa

es el tamaño del mercado que busca ese producto activamente en internet.

Hacemos uso Google Ad Planner para analizar el volumen mercado simulando una campaña publicitaria:

Introducimos palabras clave y accederemos a la cantidad de búsquedas mensuales, tanto globales como locales.

tambien nos informa el nivel de competición para saber si se trata de un mercado virgen, competitivo o saturado.



El planificador de palabras clave de Google ads, con el que podíamos obtener a coste cero (y sin relativas limitaciones) el volumen de búsqueda exacto para ciertos términos de búsqueda, nos dirá el tamaño del mercado de nuestra demanda activa o la cantidad promedio de búsquedas de esta palabra clave y sus variantes cercanas y la ubicación.

tendencias

Google Trends es una herramienta gratuita de Google que te proporciona las tendencias de búsquedas para diferentes palabras clave o frases, filtrar resultados a nivel geográfico e incluso comparar la popularidad.

Con estos datos podemos ver si se trata de un mercado en expansión o en declive, no nos va a dar cifras exactas de nuestro mercado específico pero sí de la salud del mismo,

Google Trends (<https://trends.google.com/>)

demanda pasiva

Utilizaremos las audiencias de Facebook para hacernos una idea del tamaño del mercado potencial pasivo de nuestro producto o servicio.

comenzaremos a segmentar según geografía, sexo, edad y muchos otros, entre los más importantes está la segmentación por intereses, Facebook nos dirá a tiempo real cuántos usuarios tiene que cumplan ese criterio, y cuanto mas específico seamos será mejor, con perfil del cliente ideal que ya hicimos iremos aplicando diferentes filtros, también está Facebook audience insights donde podemos hacer lo mismo.



usaremos la audiencia de Facebook:

vamos a crear una campaña publicitaria sin llegar a activarla.

cientos de variables para filtrar



lo importante de segmentar el público siendo lo mas específico posible es ver cuántos clientes potenciales podríamos encontrar en las redes sociales.



identificar bien tu público objetivo



segmentar según el perfil de tu cliente ideal



filtrar por intereses mejoran la calidad del público objetivo

circulos cercanos

Feedback de amigos, parientes y conocidos

Cuenta tu idea de negocio a tus círculos cercanos: familia, amigos, conocidos, compañeros de trabajo de manera mas informal, cuantas más personas se lo comenten, más significativa será la muestra, más información tendrás y más debilidades y oportunidades encontrarás. busca perfiles de personas muy dispares. evita los que piensan como tú, por que tus clientes no pensarán igual a ti o tendrás una muestra poco significativa y sesgada.