

Actividad Estudio de Mercado

Título

Investigación de Mercado y Consumidor/a.

Tiempo aproximado de ejecución: 50 minutos.

Objetivos de la actividad

- Conocer cómo es percibido un producto o servicio y cuáles retos, como un negocio, tiene en el mercado.
- Conocer mejor el perfil de los/as consumidores/as, las razones que tienen para buscar, aceptar o rechazar un servicio o producto es un aspecto central.

Criterios de evaluación

- Selecciona la información relevante: 40%.
- Expresa por escrito las ideas principales de manera clara y coherente: 30%.
- Argumenta y razona sus opiniones: 30%.

Desarrollo

Recursos necesarios

Ordenador, páginas web, documento en formato texto, opiniones del equipo...



Enunciado

Elabora una encuesta en la que puedas recoger DATOS para conocer mejor la actividad comercial del producto/servicio que pretendes comercializar así como conocer la experiencia del consumidor.

Cuestiones a resolver:

- 1.- La encuesta contendrá al menos 10 preguntas.
- 2.- Las preguntas recogerán los aspectos de las variables del Marketing Mix.
- 3.- La encuesta deberá ser contestada al menos por 20 personas para poder analizar los datos. Recuerda que sean personas con diferentes características: edad, sexo, nivel estudios, nivel económico, ámbito geográfico, nivel cultural...

Formato e instrucciones de desarrollo y entrega.

- La encuesta por equipo se entregará, con una conclusión a la que lleg is después de analizar los datos.
- En el trabajo indicar is el nombre completo de todas las personas del equipo, en caso de hacer el trabajo en equipo, y todos/as debéis subir el resultado a la carpeta de entrega.

Orientación: preguntas que puedes hacer para saber si tu producto o servicio estaría dentro de la intención de compra.

1.   **Quién** está comprando actualmente tu producto o servicio? y   **A quién** est s tratando de **alcanzar** con tu producto?
2.   **Qué estilo de vida** tienen estas personas? y   **qué experiencia de vida** tienen al usar tu producto o servicio?
3.   **Por qué** han **decido** ser **clientes** y apoyarnos?
4.   Qué necesitas para que esto pase **más a menudo**?
5.   Qué pasaría si mañana no existieran más este tipo de productos o servicios?
6.   **Por qué** otro tipo de gente **no compra** tu producto o servicio?
7.   Quién estaría interesado en **comprar en el futuro**? y   **Cuánta gente con este perfil** hay all  afuera en tu ciudad, país o en el mundo?
8.   **En realidad qué significa** tu producto o servicio para la gente?
9.   Qué **tendencias sociales y culturales** están afectando las vidas de estas personas en el momento?
10.   Cómo se viven esas **tendencias en una localidad** o ciudad específica?
11.   **Dónde comprarían** tu servicio o producto?   Quién entregaría o vendería tu producto a estas personas?
12.   Dónde, cuándo y **cómo usarían** o consumirían tu producto o servicio?
13.   **Por qué lo comprarían**?   Qué necesidad quieren satisfacer?
14.   Quién es tu **competencia** real?
15.   **Qué imagen** tienen tus consumidores en comparación con tu competencia?
16.   Cuál sería la imagen o **imaginario ideal** que quieres que tengan de tu marca?
17.   **Qué se piensa** del nombre, precio, **características**, empaque, colores, etc., de tu marca?
18.   **Qué mejoras** se podrían hacer a tu producto o servicio para que **responda** aún mejor a las necesidades y deseos de tus consumidores?
19.   **Cuál es el beneficio** individual y más importante que tu producto o servicio debería mostrar a la hora de ofrecerse en la publicidad y comunicación?
20.   Por qué la gente **creería** que este **beneficio es cierto** y verdadero?
21.   Cómo podrías **comunicar** mejor ese **beneficio** a la gente que est s intentando atraer?
22.   Cuál es el **precio correcto** para cobrar?
23.   Qué otros **nuevos productos complementarios** podrías ofrecer a este mismo público?
24.   Cuál es finalmente la **visión** que tienes de tu **marca**?
25.   Cuál sería la mejor **hoja de ruta** para llegar allí?
26. Las preguntas de base para hacer una buena investigación de mercado siempre se derivan de los objetivos y las hipótesis que se tengan. Pueden ser más o menos preguntas, pero las que he publicado en esta entrada sirven para tener una referencia.

Protocolo para encuestar

1. Saludar, presentarse y preguntar amablemente si desea contestar una encuesta:

“Buenos días/Buenas tardes. Somos alumnas del Ciclo Superior de “XXXXXXXXX”. Estamos realizando una encuesta sobre... . El objetivo de la encuesta es obtener información para conocer la acogida de nuestra idea de negocio...  Podr a colaborar con nosotros respondi ndola?”

2. Preguntar de forma clara. Repetir las preguntas cuantas veces sea necesario.
3. Escribir las respuestas de forma clara.
4. Escuchar con atención y facilitar que el entrevistado sepa que est  siendo escuchado.
5. Establecer una relación personal y un clima de interés mutuo. Empatizar, ponerse en el lugar del otro. No cortar. No interrumpir aprovechando las pausas. Simplemente decir que se comprende su reclamo pero que lamentablemente nuestra función no est  relacionada con los problemas que el entrevistado expone.
6. No anticipar, no suponer lo que el otro va a decir con gestos.
7. Una vez que se haya finalizado con el cuestionario, sostener la conversación unos minutos más buscando una despedida cordial y amable.

Para esta encuesta en concreto, las preguntas deben ser cerradas...ejemplo:

 Estar a dispuesto a comprar este nuevo producto?

- ☐ ***Sí***
- ☐ ***No***
- ☐ ***No sabe / no opina***