

Quiz: Benchmarking

Estudiante:

Sofía Zúñiga Gamboa



Comunicación de Información en la Web

Profesor:

Francisco José Jiménez Bonilla

Fecha de entrega: 16 noviembre del 2024

Período lectivo III 2024

Índice

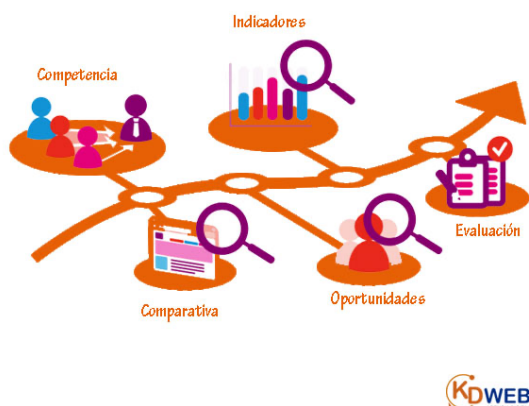
Tabla de contenidos

Índice.....	2
<i>¿Qué es benchmarking?</i>	3
<i>¿Por qué es importante el benchmarking?.....</i>	3
<i>¿Qué objetivos tiene el benchmarking?.....</i>	5
<i>¿Qué tipos de benchmarking existen?.....</i>	6
1. Benchmarking interno.....	6
2. Benchmarking funcional.....	6
3. Benchmarking competitivo	7
4. Benchmarking integral	7
5. Benchmarking Internacional.....	7
<i>¿Porque el benchmarking es importante para el Marketing Digital?</i>	8
<i>¿Como se aplica el benchmarking?.....</i>	9
1. Elije a los competidores con atención	9
2. Define tu objetivo y lo que quieres analizar	9
3. Haz una colecta de datos específica	10
4. Compara los datos recolectados	10
5. Identifica los puntos positivos y negativos	10
6. Implementar las mejoras	11
<i>Conclusión</i>	12

¿Qué es benchmarking?

El benchmarking o punto de referencia en español, es un análisis estratégico profundo sobre las mejor prácticas de empresas del mismo segmento que el propio. Este estudio permite entender, y usar de referencia las acciones hechas por ellos para sus propios procesos y servicios para atraer el público a comprar sus productos y perfeccionar sus procesos y servicios.

BENCHMARKING



¿Por qué es importante el benchmarking?

Digamos que tienes una tienda de bisutería. Un día notas que tus ventas han bajado y tienes mucho stock acumulado debido a esto. Al mismo tiempo vez que otro competidor cercano siempre está lleno de clientes y hace muchas ventas al día.

Hay muchas razones por las cuales la competencia puede estar haciendo más ventas, el estudio con el benchmarking nos permite identificar las áreas de

mejora para triunfar cómo su competidor. Por ejemplo, puede ser que la atención al consumidor, la calidad, comunicación en redes sea mejor.

Este tipo de análisis nos da una visión amplia sobre el estado actual del mercado y que oportunidad hay en sector para hacer crecer nuestro negocio. Este análisis también ayuda a conocer de nuevas tendencias y crear planes de acción más actualizados que ayuden no solo a mejorar las ventas, pero también los procesos internos de la empresa a corto, mediano o largo plazo.

Viendo todos los puntos importantes del benchmarking, la más significativa es que puede proporcionarte es el conocimiento sobre cómo manejar tu propia empresa.



¿Qué objetivos tiene el benchmarking?

Es fundamental tener en cuenta en todo momento que objetivos tiene el estudio del benchmarking en una empresa. Ya que ayuda a mejorar el desempeño continuamente de tu empresa conociendo, analizando y adaptando las nuevas tendencias. Entre ellos podemos ver:

1. Definir nuevos conceptos para su análisis.
2. Ampliar el conocimiento de tu empresa.
3. Identificar las áreas de mejoras.
4. Aprender a plantear objetivos que sean realistas y viables.
5. Permitir un conocimiento mayor sobre la competencia.
6. Ajustar su empresa a las mejores prácticas en el mercado.
7. Mejorar la comunicación de la empresa y que esto ayude a reducir el número de errores.

Elementos principales del Benchmarking



¿Qué tipos de benchmarking existen?

En la actualidad existen diferentes tipos de benchmarking, desde estudios enfocados a sus competidores locales hasta los análisis que buscan referencias del mercado internacional. A continuación, se muestran los más conocidos tipos:



1. Benchmarking interno

Analiza y compara las áreas de una empresa, entendiendo cómo se desenvuelven a partir de niveles de productividad y resultados alcanzados.

2. Benchmarking funcional

Su objetivo es analizar negocios de otros mercados que no son necesariamente del mismo segmento, pero que de alguna manera puedan generar perspectivas diferentes a las usuales que se pueden aplicar en el negocio.

Un ejemplo podría ser que una tienda de ropa realice un estudio sobre las estrategias de comunicación de marcas de belleza y cosméticos, ya que pueden tener un público meta igual o parecido.

3. Benchmarking competitivo

Tiene un enfoque en las técnicas de los competidores directos que ofrezcan el mismo producto o servicio y que tengan el mismo publico meta.

Este usa datos oficiales divulgados por la empresa para entender cómo está la empresa propia comparada con otros negocios del mismo segmento.

4. Benchmarking integral

Es una combinación del benchmarking competitivo, funcional e interno buscando una solución perfecta.

5. Benchmarking Internacional

Su objetivo es tener un panorama de las empresas internacionales que ayude a prever posibles tendencias y que se pueda emplear para adelantarse a los competidores nacionales.

Dependiendo del producto o servicio, el mercado internacional puede estar más desarrollado en nuevas tecnologías, tendencias o metodologías, por lo que es valioso estudiar el ámbito internacional.

¿Porque el benchmarking es importante para el Marketing Digital?

Dado que las plataformas en línea y redes sociales están en un constante cambio, el comportamiento del público puede cambiar rápida y drásticamente. En cada momento pueden surgir nuevas estrategias para sitios web, TikTok, Instagram, YouTube, correos, más. Diferentes empresas pueden estar aplicando tácticas y acciones innovadoras en estos espacios digitales que pueden ser aplicadas en la empresa propia.

Con un monitoreo de los competidores se pueden identificar cómo se comunican las empresas con sus clientes efectivamente para llamar su atención con frases creativas, experiencia de usuario o arte.

También con un estudio profundo se puede comprender porque diferentes empresas invierten más dinero y tiempo en una plataforma en específico, o si están trabajando en conjunto con otras empresas en campañas en conjunto.

Lo más importante del conocimiento aprendido con el estudio de estas empresas es saber que partes de sus estrategias pueden ser implementadas efectivamente a la empresa propia que se adapte a la marca y su visión.

BENCHMARKING



¿Como se aplica el benchmarking?



Para aplicar el benchmarking en la empresa propia se deben de seguir los siguientes puntos:

1. Elige a los competidores con atención

En el primer paso para aplicar el benchmarking es elegir a los competidores o empresas que quieres estudiar.

Para elegirlos es importante saber cuáles son las principales compañías más importantes del mercado que llaman más la atención con sus campañas, estrategias y resultados.

2. Define tu objetivo y lo que quieres analizar

Define cuál es tu **objetivo principal** con el estudio:

¿La idea es entender la comunicación de las empresas?

¿Cuáles son sus estrategias en ventas?

¿Como es la experiencia del cliente?

3. Haz una colecta de datos específica

Una vez que tu objetivo está definido es más sencillo recolectar los datos para tu análisis.

Por ejemplo, para saber sobre cómo es la atención al cliente en una tienda física de un competidor, se puede visitar la tienda y ser un cliente para observar cómo son tratados los clientes por los empleados.

Cuando el análisis está enfocado en el marketing digital de los competidores, es necesario establecer que se quiere estudiar de ellos, cómo, por ejemplo:

- Sus publicaciones en redes sociales.
- Sus frases o redacción.
- Sitio web.
- Diseño o identidad de la marca.

4. Compara los datos recolectados

Una vez que los datos son recolectados se separaran aquellos que son beneficiosos para la empresa de los que no encajan con las necesidades.

También se pueden comparar los datos entre los competidores para entender quien desarrolla ideas y estrategias más innovadoras.

5. Identifica los puntos positivos y negativos

Después de comparar los datos recolectados, se construye un informe con las conclusiones y datos obtenidos. Con este informe se puede identificar las oportunidades de mejora para la empresa.

6. Implementar las mejoras

Después de que el informe es creado se crea una planificación estratégica y un plan de acción para implementar las mejoras encontradas durante el benchmarking.



Conclusión

El benchmarking es una excelente manera de mantener una actitud flexible y abierta al cambio para mejoras continuas en tus estrategias empresariales. Tener un benchmarking claro también ayuda a mantenerte innovando para tus clientes y relevante en el ámbito empresarial.

Adicionalmente al analizar el mercado con el benchmarking este te genera un objetivo claro de mejora continua que tendrás en mente en todo momento para tu empresa.