

# Aspectos claves para incursionar en el mercado

Sea que haya ocurrido de forma tan natural, que sin darte cuenta ya habías hecho ventas a tus primeros clientes o que te encuentres en este momento a un paso de enfrentar el mercado, abrirse espacio con tu producto o servicio en un entorno competido como el actual, implica retos importantes y una gran expectativa frente a la respuesta del cliente. Estamos ante la prueba de fuego que tendrá como resultado lograr o no, entrar con éxito en el mercado.

Las fórmulas mágicas no existen, pero estarás más cerca de alcanzar tu objetivo, teniendo en cuenta algunos aspectos mínimos que te contaremos a continuación.

## 1 Identifica los aspectos claves de la situación de tu mercado

### a) Haz un análisis de tu entorno

Identifica los principales factores que afectan positiva o negativamente el desempeño de tu negocio: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales, legales, entre otros, que están fuera de tu manejo. Con el análisis identifica las oportunidades y amenazas que encuentras en ellos.

### b) Haz un análisis interno

Identifica las fortalezas y debilidades que tiene tu negocio, lo que puedes controlar y manejar. Planea cómo utilizar las fortalezas identificadas para aprovechar las oportunidades del entorno y establece acciones para superar las debilidades.

### c) Investiga cómo se comportan tu mercado y tu sector económico

A través de información que puedas encontrar en estudios, investigaciones, publicaciones, o a partir de tu experiencia y observación, busca resolver preguntas como:

- El mercado al cuál me dirijo ¿Está creciendo? ¿Está decreciendo? ¿No crece? ¿Qué tendencias lo afectan?
- ¿Cuántas empresas hay en el sector? ¿Cómo se distribuyen las ventas del sector entre las empresas?
- ¿Hay fuerte competencia entre las empresas del sector? ¿Es fácil la entrada de nuevas empresas?
- La oferta de productos o servicios que pueden sustituir los de mi negocio es ¿alta? ¿baja?.

## 2 Comprueba y valida las necesidades de tus clientes

A través de tu producto o servicio buscas satisfacer las necesidades de tu cliente. Si lo haces muy bien, el cliente estará dispuesto a comprar de nuevo tu producto, pagarlo bien e incluso recomendarlo. Para esto, ten en cuenta las siguientes recomendaciones:

Identifica la necesidad real del cliente. No lo primero que te imaginas, sino lo que realmente quiere resolver. Por ejemplo, cuando compras ropa podrías pensar que tu necesidad es simplemente protegerte, pero va mas allá, está relacionado con verse bien, ser aceptado, hacer parte de un grupo, proyectar una imagen, seguir un estilo, entre otros.

- **Identifica sus expectativas.** Esto va más allá de la funcionalidad y características de tu producto o servicio, que es lo mínimo que debe cumplir. El cliente espera cada vez, más de lo que le ofrece el mercado.
- **Identifica qué tendencias lo afectan.** Analiza si tu cliente se deja llevar por nuevas corrientes, modas, estilos o formas de ver el mundo.
- **Aplica la segmentación.** Segmentar es dividir el mercado en grupos más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Inicia por definir si vendes a personas o empresas. Si hablamos de personas, puedes agrupar por características similares en aspectos como: ubicación, edad, ocupación, nivel socioeconómico, tamaño de la familia, costumbres, gustos, comportamientos, personalidad, estilo de vida, entre otros. Si hablamos de empresas, puedes hacerlo por ejemplo por ubicación, tamaño, sector económico, tipo de negocio.
- **Construye un modelo de cliente.** Para aterrizar tu segmentación, puedes imaginar a tu cliente ideal y construir su perfil. Esto facilitará entender sus necesidades y ajustar tu producto o servicio para satisfacerlas.

# Aspectos claves para incursionar en el mercado

## 3 Valida tu oferta a la luz de las necesidades de tus clientes

Ahora llega el momento de alinear lo que ofreces con las necesidades de tu cliente. Para esto revisa tu de mercadeo, que se compone del producto o servicio, el precio, la plaza o distribución y la promoción o comunicación.

- **Producto o servicio:** revisa si tu portafolio permite satisfacer las necesidades de tu cliente. Ajusta, cambia o crea un nuevo producto o servicio de ser necesario.
- **Precio:** es el valor que pagan tus clientes por el producto o servicio. Recuerda que para fijar el precio lo mínimo que debes tener en cuenta es cuánto está dispuesto a pagar tu cliente, el precio de la competencia y tus costos y ganancia.
- **Plaza o distribución:** piensa en cómo haces llegar el producto a tu cliente. Debe alinearse con los lugares o canales a través de los cuales compra tu cliente y que le resultan más cómodos y beneficiosos.
- **Promoción o comunicación:** dar a conocer tu producto o servicio es fundamental para vender. Si no se lo dices al cliente, no sabrá que tú y tu producto existen. Aquí están incluidas las ventas, la publicidad, las promociones y descuentos, relaciones públicas y el manejo de tu marca.

## 4 Utiliza las redes sociales y aplícalas en el mercadeo de tus productos o servicios

Las redes sociales nos permiten estar más cerca de nuestros clientes, comunicarnos con ellos y recibir su retroalimentación. Administrarlas de forma correcta y determinar si son un canal adecuado para nuestro segmento de clientes es fundamental.

Estas son algunas recomendaciones para aprovechar las redes sociales:

- **Define para qué vas a usar las redes sociales:** ganar reconocimiento, incrementar ventas, brindar servicio al cliente, movilizar clientes a tu sitio web o punto de venta.
- **Escoge las redes sociales de acuerdo con las características de tu cliente.** Debes estar en las redes donde están tus clientes.
- **Pasar de seguidores a clientes:** dependerá de generar comunidad y proporcionar contenido adecuado, que atraiga al perfil de cliente que atiende la empresa. Tener seguidores que no hacen parte del segmento objetivo dificultará las ventas.
- **Alguien del equipo debe hacerse cargo de esta labor:** la presencia en redes demanda estar atentos, responder rápidamente y de forma adecuada. Las redes son una gran herramienta, pero aumentan la exposición de la reputación de la empresa.

Consulta aquí:

- **Webinar:** Redes Sociales (Facebook e Instagram), aprende a crear estrategias rentables
- **Webinar:** “Tiempo de coronavirus: use las redes sociales como canal de venta”



¡PARTICIPA EN LOS TALLERES QUE TE OFRECE LA CCB PARA EL CRECIMIENTO DE TU NEGOCIO!