PROGRAMA CREA TU MARCA

ANALIZA TU COMPETENCIA

REPASEMOS...

QUÉ IMPLICA UN ESTUDIO DE MERCADO:

+ DEFINIR Y CONOCER EL NICHO en el que quieres posicionarte

+ El CLIENTE IDEAL al que quieres venderle

+ Qué está haciendo tu "COMPETENCIA"

¿EN QUÉ TE AYUDARÁ HACERLO?

+ A entender si tu idea de negocio es factible. Nada puede predecir si tu negocio será un éxito pero un buen estudio de mercado definitivamente te ayudará.

+ A identificar oportunidades de negocio, como nichos desatendidos, nuevos potenciales clientes y colaboraciones, etc.

+ A entender a tu cliente, y poder comunicarte mejor con él/ella.

+ A mantenerte actualizada en tendencias y modas en la industria

+ A diferenciarte de tu competencia

¿QUIÉN ES NUESTRA COMPETENCIA?

¡No todas las Marcas de cosmética natural en el mercado son tus competidores directos!

Te dejo algunas ideas para saber si son tu competencia:

+ Le venden a un publico muy similar al tuyo (edad, sexo, intereses, zona, etc.)
+ Tienen un precio medio de producto similar o igual al tuyo
+ Son referentes en el Nicho especifico que elegiste
+ Tienen una trayectoria y presencia en el mercado similar a tu marca (no te compares con marcas mucho más posicionadas o grandes que la tuya)

CREA UNA PLANILLA DE ANÁLISIS

+ Crea una lista con las principales marcas que se vienen a tu mente que pueden ser tu competencia
+ Investiga en internet por mas marcas. Usa Google, IG, Pinterest, etc.
+ Analiza los siguientes factores y llena tu planilla con ellos:

QUÉ PRODUCTOS VENDEN

+ Cuantos productos
+ Que categorías de producto manejan (facial, corporal, cabello, maquillaje, combinación de varios?)
+ Cual es su producto estrella
+ Tienen algún punto fuerte sus productos que los haga diferenciarse (ingredientes estrella, funciones especificas, etc.)

PRECIOS

+ Analiza los precios, si estas marcas tienen redes sociales jugosas y años de posicionamiento en el mercado, muy posiblemnete los clientes (que serán tus clientes o similares) estan felices con pagar ese precio. Tenlo en cuenta!

+ Si los precios son mucho mas baratos o mas altos que los tuyos NO son tus competidores directos, ya que le venden a otro público.

CANALES DE VENTA

+ Que canales elijen para vender

+ Cuales son sus canales mas fuertes

+ Encuentra oportunidades donde esa marcas estan mas débiles. Por ejemplo si no tienen un IG fuerte o si ves que no usan algun canal en concreto, por ejemplo email marketing.

+ Revisa su web, seguro te da ideas para crear la tuya o mejorarla.

CANALES DE COMUNIC. Y OPINIONES DE CLIENTES

+ Revisa sus redes sociales y investiga sus acciones de marketing:

- Lanzamientos
- Colaboraciones con otras marcas e influencers
- Se suman a las modas o son mas constantes?
- Tienen productos estrella que resaltan?
- Cuántos seguidores tienen? Tienen buena interaccion con sus seguidores?

+ Revisa los reviews y opiniones de los clientes en redes e la WEB.

DEBILIDADES Y FORTALEZAS

Te dejo idas para investigar:

- ¿Tienen una amplia gama de productos o es selecta y sencilla?
- ¿Está claramente definido su mensaje de marca y punto de venta único?
- ¿Tienen una invitación para suscribirse a su boletín en su sitio web?
- ¿Está bien escrito su boletín y blog, y ofrece información interesante?
- ¿Tienen una audiencia comprometida en las redes sociales?
- ¿Tienen muchas reseñas de influencers y medios que impulsan el tráfico a su sitio?
- ¿Tienen un sitio web de comercio electrónico fácil de usar?
- ¿Realizan descuentos o promociones? ¿Organizan eventos en tiendas o en mercados locales?
- ¿Hay cosas que harías de manera diferente basándote en todos los datos que has analizado?
- ¿Actualizan regularmente sus redes sociales y sitio web?
- ¿Cómo es su envase y marca?
- ¿Es adecuado su servicio al cliente?

ANALIZAR A LA COMPETENCIA LLEVA TIEMPO, PERO TE DARÁ INFORMACIÓN VALIOSÍSIMA PARA TERMINAR DE DEFINIR TU IDEA DE NEGOCIO Y A POSICIONARTE EN EL MERCADO

A TRABAJAR