

Cómo Obtener Un Conocimiento Más Profundo De Su Mercado



¿Conoce su mercado, qué tan grande es y quiénes son sus principales competidores? Queremos comprender la posición estratégica de las empresas que buscamos comprar, pero esta información también es valiosa para los dueños de empresas, independientemente de si están buscando vender la empresa o no.

Tener un conocimiento profundo de su nicho de mercado puede ayudarlo a dimensionar adecuadamente las inversiones que realiza dentro de su organización. Por ejemplo, si su análisis muestra que su mercado es pequeño, es posible que desee evitar contratar más personal de ventas. Si su mercado es grande, es posible que desee aumentar el personal de ventas para tener la capacidad de llegar a más clientes potenciales.



SU MERCADO ES COMO UN ESTANQUE

Imagínese que su mercado es como un estanque. Para comprender su lugar actual en el mercado y su potencial de crecimiento, necesita saber:



1 EN QUÉ ESTANQUE ESTÁ PESCANDO

2 CUÁNTOS PECES HAY EN SU ESTANQUE

3 CUÁNTOS OTROS PESCADORES PESCAN EN EL MISMO ESTANQUE

CONSEJOS PARA ENTENDER MEJOR SU MERCADO



1 DETERMINE SU NICHOS

Sepa en qué estanque está pescando.

Analizar su mercado es imposible si no sabe quién, qué o dónde se encuentra su mercado.

¿Cómo define su mercado objetivo? Imagínese cómo son sus clientes típicos. ¿Qué tienen en común?

Su mercado objetivo podría definirse por uno o más de los siguientes atributos:

- El segmento o nicho industrial específico al que presta servicios. Sea lo más específico posible. Por ejemplo, bibliotecas y colecciones privadas.
- El tamaño o nivel de cliente para el que su producto es adecuado. Las métricas adecuadas para determinar el tamaño del cliente varían según la industria, pero pueden incluir la cantidad de empleados, la cantidad de ubicaciones, la cantidad de vehículos, etc.
- Las geografías específicas en las que se centra.





2 DEFINA EL TAMAÑO DE SU MERCADO

Conozca cuántos peces hay en su estanque.

Si no sabe cuántos peces hay en el estanque, no sabe cuántos peces podría pescar.

Puede dimensionar su mercado considerando cuántos clientes hay en su mercado objetivo, independientemente de si actualmente tienen su sistema, el sistema de un competidor o no tienen sistema.

¿Existe potencial para expandirse a otras geografías o niveles? Concéntrase en su nicho actual, pero considere dónde puede haber oportunidades de crecimiento fuera de su mercado objetivo.





3 ENTIENDA A SU COMPETENCIA

Sepa cuántos otros están pescando en el mismo estanque y buscando el mismo pez.

Es importante entender qué tan grandes son sus competidores, por qué pierde solicitudes de propuestas contra ellos y por qué gana acuerdos contra ellos. ¿A dónde se dirigen sus clientes si dejan de usar su producto? ¿En qué aspectos es más fuerte y más débil en comparación con la competencia? Realizar un seguimiento de sus competidores y comprender cómo se compara con ellos puede ayudarlo a realizar inversiones más inteligentes en su negocio.





CONOZCA MEJOR SU ESTANQUE

Aunque puede haber muchos peces en el mar, primero observe su estanque con más atención.

Para comprender el potencial de su estanque, primero debe determinar cuál es su nicho específico, definir el tamaño de su mercado y comprender a su competencia. Seguir estos pasos puede ayudarlo a realizar inversiones inteligentes en su negocio y establecer objetivos de crecimiento realistas.

