

INVESTIGACIÓN COMERCIAL

A continuación, te proponemos la relación de pasos a seguir para llevar a cabo una investigación comercial básica:

1. Realizar un dossier de presentación de la empresa en el que figure una pequeña muestra de las actividades que tienes pensado ofrecer.
2. Seleccionar los segmentos de mercado a los que crees interesante dirigirte de acuerdo con las particularidades de tu Plan de Negocio y aquellos otros segmentos, que consideres adecuados en base a la oferta que has desarrollado.
3. Para cada segmento de mercado, elegir una muestra representativa de empresas, instituciones, colegios, etc. a entrevistar.
4. Cuantificar el resultado de tu prospección. Por ejemplo, imagina que de las entrevistas realizadas a 10 centros escolares, resulta que el 30% se muestra interesado en la oferta y considera factible la contratación de dos actividades al año. Podrías proyectar este resultado hacia el total de centros escolares que existan en tu entorno y así, estimar la demanda potencial de tu producto.
5. En caso de detectar competidores, deberás dividir los resultados obtenidos entre el número de operadores existente, a fin de obtener la cuota de mercado que pudiera corresponderte.

El resultado de este sondeo debería proporcionarte un entorno de ventas para el primer año de actividad. A la hora de realizar esta estimación, es conveniente construir diferentes escenarios (optimista-normal-pesimista), a fin de determinar los teóricos resultados correspondientes en tu actividad.