Emprende con

arsys

Cómo hacer un análisis de tu competencia y para qué sirve

emprendeconarsys.blog

Cómo hacer un análisis de tu competencia y para qué sirve

¿Piensas que tu producto es muy original y no hay nada igual? Seguramente te equivocas y tienes competidores. Aprende a analizarlos para no repetir errores.

¿Quieres nadar en un océano azul sin competidores? Te contamos cómo lograrlo.

El mercado de cualquier sector es como una batalla donde varios ejércitos luchan por la victoria. Si quieres ganar la batalla y la guerra deberás descubrir las tácticas militares de tu enemigo. En los negocios ocurre lo mismo: **para tener éxito debes conocer a fondo a tu competencia.**

Antes de lanzar un producto o un servicio al mercado es esencial que sepas si va a interesar a alguien o no, y más vale que lo descubras pronto y gastando poco dinero. Para descubrirlo tu competencia es la clave.

Sin embargo, al contrario de lo que piensas, tu competencia no es tu enemigo, sino que es **tu mayor aliado para obtener lo que necesitas para tu proyecto emprendedor: información.**

Emprende con arsys

Proceso para realizar un análisis de tus competidores

Todo análisis de mercado necesita un proceso a seguir y una meta clara para ser efectivo. Lo mismo ocurre con el análisis de tus competidores.

Si quieres extraer datos valiosos ponte manos a la obra y sigue los siguientes **pasos**:

1. Fija un objetivo
2. Identifica a tus competidores
3. Busca información
4. Acércate y conoce a cada competidor
5. Analiza la información
6. No te fíes de tus competidores: vigila todos sus movimientos

Emprende con arsys

1. Fija un objetivo

Piensa qué quieres saber exactamente: ¿qué productos funcionan y por qué?, ¿cuántos competidores tienes y qué hacen?, ¿cómo venden sus productos?

2. Identifica a tus competidores

Descubre qué empresas compiten con la tuya: pregunta a tus clientes, a tus proveedores e investiga la creación de nuevas empresas en tu sector. Recuerda analizar también a aquellas empresas que pueden evolucionar fácilmente y "copiarte".

3. Busca información

Una buena estrategia de batalla requiere buscar información del contrario.
La información es poder y en el caso del emprendimiento es el poder de diferenciarte, de innovar y de captar clientes.

Para recabar datos útiles sobre tus competidores puedes utilizar varias **herramientas** como las siguientes:

- **Buscadores de Internet.** Los buscadores como Google, Yahoo! o Bing pueden ayudarte a encontrar datos interesantes. Consulta la web de tus competidores, los foros que hablen del tema y las noticias que se publiquen sobre ellos.
- **Redes sociales.** Analiza en qué redes sociales tienen perfiles tus competidores, cuántos seguidores tienen, qué comentarios se hacen, qué acciones realizan y cuáles tienen éxito.
- **Registros públicos.** En el Registro Mercantil puedes solicitar notas simples de las empresas que te interesen y averiguar datos como su actividad, el capital social o las cuentas anuales.

4. Acércate y conoce a cada competidor

Cuanto más te acerques mejor. ¿Qué te parece hacerte pasar por un cliente fantasma?
Es una excelente forma de saber qué ofrece la competencia y cómo actúa. Otra buena opción puede ser acudir a eventos de *networking* o presentaciones que organicen tus competidores y observar con atención.

5. Analiza la información

Ya has hecho tu labor de espía de la competencia y llega el momento de elaborar un análisis de todos los datos que has encontrado así que **ordena los datos y fíjate en los siguientes aspectos:**

- Qué productos y servicios venden y quiénes son sus proveedores.
- Qué características tiene el producto o servicio que venden y qué lo hace competitivo.
- **Cuál es su estrategia de marketing y de ventas** (canales de distribución, puntos de venta, campañas publicitarias).
- Cuál es su **volumen de ventas.**
- En qué **precios** venden sus productos o servicios.
- Cuántos **empleados** tiene la empresa.
- **Cómo está posicionada la empresa en el mercado.**

Con el análisis que realices tendrás que tomar decisiones importantes para tu empresa (precio de tus productos y estrategia de ventas a seguir, entre otras), por lo que **debes ser muy exhaustivo y realista.**

6. No te fíes de tus competidores: vigila todos sus movimientos

En una guerra jamás debes fiarte de tu enemigo, así que mantente alerta para conocer todos los movimientos que realice y poder investigarlos.

> Recuerda no obviar ninguna acción por pequeña o insignificante que parezca, seguro que has escuchado hablar del caballo de Troya. **No dejes de vigilar lo que sucede a tu alrededor.**

¿Estás en un océano rojo o azul?

Si vas a **constituir una empresa** debes saber que **competir en un mercado con muchas empresas que hacen lo mismo que la tuya es estar en un océano rojo,** por la "sangre" que se derrama debido a la batalla por conseguir una cuota de mercado.

Sin embargo, **nadar en un océano azul significa que no existe competencia y que tu éxito está (casi) asegurado.**

Te mostramos en una tabla las **diferencias entre un océano rojo y un océano azul:**

Océano rojo	Océano azul
Compites en un mercado que ya existe	Creas un mercado para tu producto o servicio
Compites con otras empresas	No hay competencia
La demanda existente está ya explotada	Creas tu propia demanda
Escoges vender por precio	Escoges vender por valor
Apuestas por reducir costes	Apuestas por innovar

¿En qué tipo de océano estás?

En cada caso tu forma de actuar será diferente y marcará la estrategia de tu empresa en todos los ámbitos: ventas, marketing, recursos humanos o publicidad, entre otros.

Para **encontrar un mercado** sin competencia o con menos competencia:

- **Observa.** Analiza los problemas que tiene la gente y la solución que se les puede dar.

- **Innova.** Piensa en hacer algo totalmente nuevo, no importa si te equivocas, siempre sacarás una lección.

- **Sueña.** Las ideas más innovadoras y locas surgen cuando dejamos volar nuestra imaginación.

Qué consigues analizando a tu competencia

La información que has leído hasta ahora es esencial para emprender y saber con quién compites, pero además lograrás una serie de **objetivos** como los siguientes:

- Entender la forma de mejorar tu oferta de productos y servicios.

- Analizar los errores que has cometido y aprender de ellos.

- Buscar el valor que te diferencie de los demás.

- Conocer las tendencias de mercado más innovadoras y crear las tuyas propias.

- Encontrar nuevas oportunidades de negocio en océanos azules.

Es decir, se trata de saber quién eres, qué quieres lograr con tu negocio, cómo hacerlo y quiénes son las empresas que compiten con la tuya. Evidentemente cometerás errores en el camino como todo empresario, pero, recuerda, **perder una batalla no significa perder la guerra.**

Emprende con arsys

Emprende con

arsys

emprendeconarsys.blog

www.arsys.es

facebook.com/arsys.es

twitter.com/arsys

linkedin.com/company/arsys-internet

Contenidos avalados por

ESIC BUSINESS&MARKETING SCHOOL

DEMIUM startups