

TALLER

Investigación de mercados para emprendedores

**Fecha:**

30 marzo 2017

Horario:

9:00 a 13:00 (3h)

Precio: 140 €

Imparte:

Josetxu Silgo

Descripción

La investigación de mercados realizada por profesionales no suele estar al alcance de la mano de los emprendedores por el coste que esta puede suponer. Sin embargo, hay muchas formas de realizar estudios de mercado con poco presupuesto. En este taller se desvelarán las formulas para afrontar una investigación de mercados con tus propios medios. Se describirán cuales son los tipos de investigación más habituales y cuales de ellas son más utilizadas por los emprendedores.

Inscripción

Una vez reservada la plaza a través del formulario de la página web, recibirá un email con las instrucciones para completar el proceso.

Contacto

Ana Padró

Telef.: 945 03 26 74

Email: hola@metxa.com

El taller se realizará en el aula del coworking Senda15:

C/ San Prudencio 6, 2ª planta 01005 -Vitoria- Gasteiz

Investigación de mercados para emprendedores

Programa

01. Introducción

El peligro de las buenas ideas

La utilidad del market research

La teoría de la banqueta

02. Cuándo hacer investigación de mercados en una pyme

Investigación de mercado antes del lanzamiento

Investigación de mercado en el lanzamiento

Investigación de mercado en la fase de consolidación

03. Técnicas básicas de MR, cuáles son y para qué sirven

Información primaria vs. secundaria

Investigación documental

¿Cómo localizo la información que me interesa?

¿Cómo saber si un estudio es fiable?

Precauciones al utilizar fuentes secundarias. NO TODO VALE.

Investigación cualitativa

¿Qué es y para qué sirve?

¿Cómo organizar un focus group con 0 €?

Reglas de oro de la investigación cualitativa

Investigación cuantitativa: El cuestionario online

¿Cómo puedo saber si tengo una muestra representativa?

Trucos básicos de un buen cuestionario online

Y luego, ¿cómo analizo la información?

Investigación de mercados para emprendedores

03. Técnicas básicas de MR, cuáles son y para qué sirven

La observación.

¿Qué es y para qué sirve?

¿Cómo hacer observación sin morir en el intento?

Mystery shopping.

¿Qué es y para qué sirve?

Pero, ¿esto es legal?

¿Cómo diseño un buen MS?

Algunos consejos éticos.

El buen y el mal uso de la información.

LOPD.

MR y los niños.

04. Aplicaciones de MR para emprendedores.

Pre- lanzamiento.

Tengo una gran idea de negocio... ¿cuándo salir a testarla? Segway

El Naming. El caso de El Boulevard.

Test de logo e imagen corporativa.

Dimensionamiento del mercado potencial.

¿Se puede investigar la usabilidad de una web?

La competencia.

Los informes comerciales.

Mystery shopping para emprendedores.

Caso práctico de MS en una tienda online.

Investigación de mercados para emprendedores

04. Aplicaciones de MR para emprendedores.

Lanzamiento de mi empresa.

Preguntar y adaptar, preguntar y adaptar, y preguntar y adaptar.

¿Encuestas a clientes? ¿A no clientes?

Comprender el proceso de decisión de compra.

¿Qué está haciendo mi competencia?

Test A/B.

¿Cuál es el precio adecuado para mi producto?

Consolidación de mi empresa.

Preguntar y adaptar, preguntar y adaptar, y preguntar y adaptar.

La Auditoría de Calidad de Servicio.

Test publicitarios.

05. Casos prácticos.