



Guía Creativa para Analizar la Competencia

1. Mapa de Competencia Visual

- **Descripción:** Crea un mapa visual que represente a los competidores en tu espacio. Utiliza ejes que reflejen factores importantes, como innovación vs. estabilidad, o precio vs. calidad.
- **Objetivo:** Visualizar rápidamente dónde se sitúan tus competidores y detectar vacíos en el mercado.

2. Análisis de Experiencia del Usuario (UX)

- **Descripción:** Realiza una exploración de la experiencia del usuario en las plataformas de tus competidores. Crea un "user journey map" para identificar puntos de dolor y áreas de mejora.
- **Objetivo:** Comprender cómo interactúan con sus productos y qué les gusta o desagrada.

3. Revisión de Contenidos y Mensajería

- **Descripción:** Analiza los contenidos que tus competidores publican (blogs, redes sociales, newsletters). ¿Qué mensajes utilizan para atraer a su audiencia? ¿Qué temas son recurrentes?
- **Objetivo:** Identificar tendencias en la comunicación y áreas donde puedas diferenciarte.

4. Estudio de Casos de Éxito

- **Descripción:** Investiga estudios de casos o testimonios que muestran cómo los competidores han resuelto problemas para sus clientes. ¿Cuáles son sus propuestas de valor más destacadas?
- **Objetivo:** Comprender las estrategias que han funcionado y cómo puedes adaptarlas a tu propuesta.

5. Análisis de Innovaciones Tecnológicas

- **Descripción:** Identifica las innovaciones tecnológicas que tus competidores están implementando. Esto incluye modelos de IA, herramientas de análisis de datos, o integraciones con otros sistemas.
- **Objetivo:** Detectar qué tecnologías están marcando la diferencia y cómo puedes estar a la vanguardia.

6. Focus Groups Virtuales



- **Descripción:** Organiza focus groups con usuarios potenciales para discutir las ofertas de tus competidores. Pregunta sobre sus experiencias y preferencias.
- **Objetivo:** Recoger insights directos sobre lo que valoran en las soluciones competidoras y lo que desearían ver mejorado.

7. Benchmarking Creativo

- **Descripción:** Realiza un benchmarking no sólo en precios y características, sino también en aspectos creativos como el diseño de la marca, la experiencia del cliente y la narrativa.
- **Objetivo:** Comparar no solo lo que hacen, sino cómo lo hacen, para encontrar inspiración y puntos diferenciales.

8. Perspectivas de Clientes Actuales

- **Descripción:** Revisa plataformas de reseñas y foros donde los clientes discuten sus experiencias con los competidores. Analiza las críticas más comunes y los elogios.
- **Objetivo:** Entender las percepciones del mercado y cómo puedes abordar las quejas comunes.

9. Redes Sociales como Barómetro

- **Descripción:** Recolectar los datos para analizar el rendimiento de las publicaciones y ajustarlas en función a cambios de contenido, frecuencia en publicaciones o incluso público objetivo
- **Objetivo:** Medir el impacto en redes sociales y tomar decisiones más informadas para mejorar la presencia en línea alcanzando los objetivos propuestos

10. Evaluar la responsabilidad social corporativa:

- **Descripción:** Alinear el éxito empresarial con el bienestar social y ambiental, promoviendo un equilibrio entre los objetivos económicos de la empresa y su responsabilidad hacia el bienestar general
- **Objetivo:** Por medio de la adopción de tecnologías limpias, optimizar procesos energéticos, proporcionando prácticas sostenibles en toda la cadena de valor.

