

Analizar lo que ofrece la competencia.

1. Identificación de Competencia:

- **Competidores directos:** identificar plataformas similares como aplicaciones o servicios que ayudan a los agricultores a predecir cosechas, gestionar cultivos o conectarse con mercados de productos agrícolas.
- **Competidores indirectos:** Incluye empresas que podrían ofrecer servicios o productos que, aunque no sean exactamente iguales, pueden resolver necesidades similares (por ejemplo, plataformas de comercio de productos agrícolas, consultorías agrícolas).

¿Cómo resolverlo?

- Buscar plataformas agrícolas conocidas y emergentes.
- Investiga a través de sitios web, redes sociales, foros de tecnología agrícola, etc.

2. Investigación de Productos y Servicios:

- **Funciones clave:** Identificar y diferenciar que es lo que estas páginas ofrecen que la nuestra si lo hace, determinar que es lo que hace única a la competencia.

¿Cómo resolverlo?

- Probar sus aplicaciones, revisar los servicios que ofrecen en detalle.
- Investigar si brindan datos sobre precios, información de mercados o alertas para cosechas.

3. Estrategias de Marketing:

Identificaremos las estrategias de marketing que utilizan nuestros competidores en el sector agrícola, especialmente aquellas que promocionan sus plataformas o servicios a través de redes sociales, blogs especializados en agricultura, y otros canales de comunicación. Analizaremos cómo atraen la atención de los agricultores, si utilizan ofertas especiales o webinars educativos relacionados con la optimización de cosechas, el análisis de mercados agrícolas o el uso de nuevas tecnologías en el campo. Esto nos permitirá identificar qué tácticas están siendo más efectivas en captar la atención de los agricultores y adaptarlas a nuestras propias campañas publicitarias.

¿Cómo resolverlo? Revisaremos nuestras campañas publicitarias y su presencia en redes sociales como Facebook e Instagram, donde se encuentran muchos agricultores interesados en tecnología para mejorar sus cultivos. Evaluaremos cómo podemos atraer a los agricultores con contenido educativo y promocionar las ventajas de nuestra plataforma en blogs o foros de discusión agrícola.

4. Análisis de Precios y Modelos de Negocio:

Examinaremos las estrategias de precios utilizadas por nuestros competidores, especialmente aquellos que ofrecen soluciones tecnológicas para la agricultura, como plataformas de predicción de cosechas, análisis de suelos, o monitoreo de mercados. Algunos competidores tienen suscripciones mensuales o anuales que ofrecen acceso a herramientas como pronósticos climáticos, y otros modelos por pago por uso para análisis específicos o asesoramiento agrícola. Es fundamental comparar estos precios con los que tenemos pensado ofrecer en nuestra plataforma, teniendo en cuenta el valor agregado que proporcionamos a los agricultores, como la conectividad con compradores de productos agrícolas y la personalización de las predicciones según el tipo de cultivo.

¿Cómo resolverlo? Investigaremos si los competidores tienen planes de pago escalonados, como un plan básico que solo ofrezca predicción de cosechas, y un plan premium que ofrezca además análisis de mercados y consejos de optimización de cultivos.

5. Opiniones y Reseñas de los Usuarios:

Para entender mejor las necesidades de los agricultores, revisaremos las opiniones y comentarios de los usuarios en las plataformas de nuestros competidores. Esto incluirá analizar reseñas en las tiendas de aplicaciones, sitios web especializados en productos agrícolas y en redes sociales como Facebook y LinkedIn. En especial, nos enfocaremos en lo que los agricultores mencionan sobre las herramientas de predicción de cosechas, los análisis de precios de mercado y las capacidades de la plataforma para facilitarles la venta de sus productos. También tomaremos nota de cualquier aspecto que los usuarios consideren negativo, como problemas con el soporte técnico o la falta de personalización de las predicciones.

¿Cómo resolverlo? Revisaremos reseñas y comentarios en sitios como redes sociales, para identificar lo que los agricultores valoran y lo que les gustaría mejorar. Anotaremos las quejas más comunes y cómo podemos evitar estos problemas en nuestra plataforma, asegurando un soporte personalizado y ofreciendo una interfaz fácil de usar.

6. Análisis de Ventajas y Oportunidades de Diferenciación:

En nuestro análisis de la competencia, identificaremos qué ventajas competitivas podemos ofrecer que los competidores no tienen. Nos enfocaremos en áreas específicas del mercado agrícola que están siendo desatendidas, como el mercado de productos orgánicos, cultivos exóticos o pequeños agricultores que buscan optimizar sus cosechas y conectarse con compradores especializados. Al ofrecer una plataforma que no solo predice cosechas, sino que también conecta directamente a los agricultores con compradores interesados en productos agrícolas específicos, podemos crear una propuesta única

¿Cómo resolverlo? Basándonos en la investigación de la competencia, encontraremos nichos dentro del sector agrícola que aún no están siendo atendidos para que de esta manera marcar una diferencia y superar la competencia