

Cómo analizar a tu público objetivo para orientar tu marketing con éxito



Financiado por:



Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a organizaciones y profesionales a adaptarse al entorno digital para ser más productivos y eficientes.

 [linkedin.com/in/fernandodelosrios](https://www.linkedin.com/in/fernandodelosrios)

Qué vamos a ver

1. Por qué definir a tu público
2. Cómo obtener información relevante
3. Estudios e informes de interés
4. Herramientas útiles

Por qué definir a tu público

Cómo ha impactado la COVID

España es el 3^{er} país del mundo en el que más han crecido las ventas online (36 % sobre 2019).

Los pagos móviles aumentaron un 15 %.

Fuente: [EY - Deconstruyendo al consumidor post-covid y su apuesta por el consumo sostenible](#)

Cómo ha impactado la COVID



65 %

Considera que ha cambiado significativamente su forma de vida.

Fuente: [EY - Deconstruyendo al consumidor post-covid y su apuesta por el consumo sostenible](#)

Cómo ha impactado la COVID



69 %

Piensa más detenidamente
en cómo va a gastar su dinero.

Fuente: [EY - Deconstruyendo al consumidor post-covid y su apuesta por el consumo sostenible](#)

Cómo ha impactado la COVID

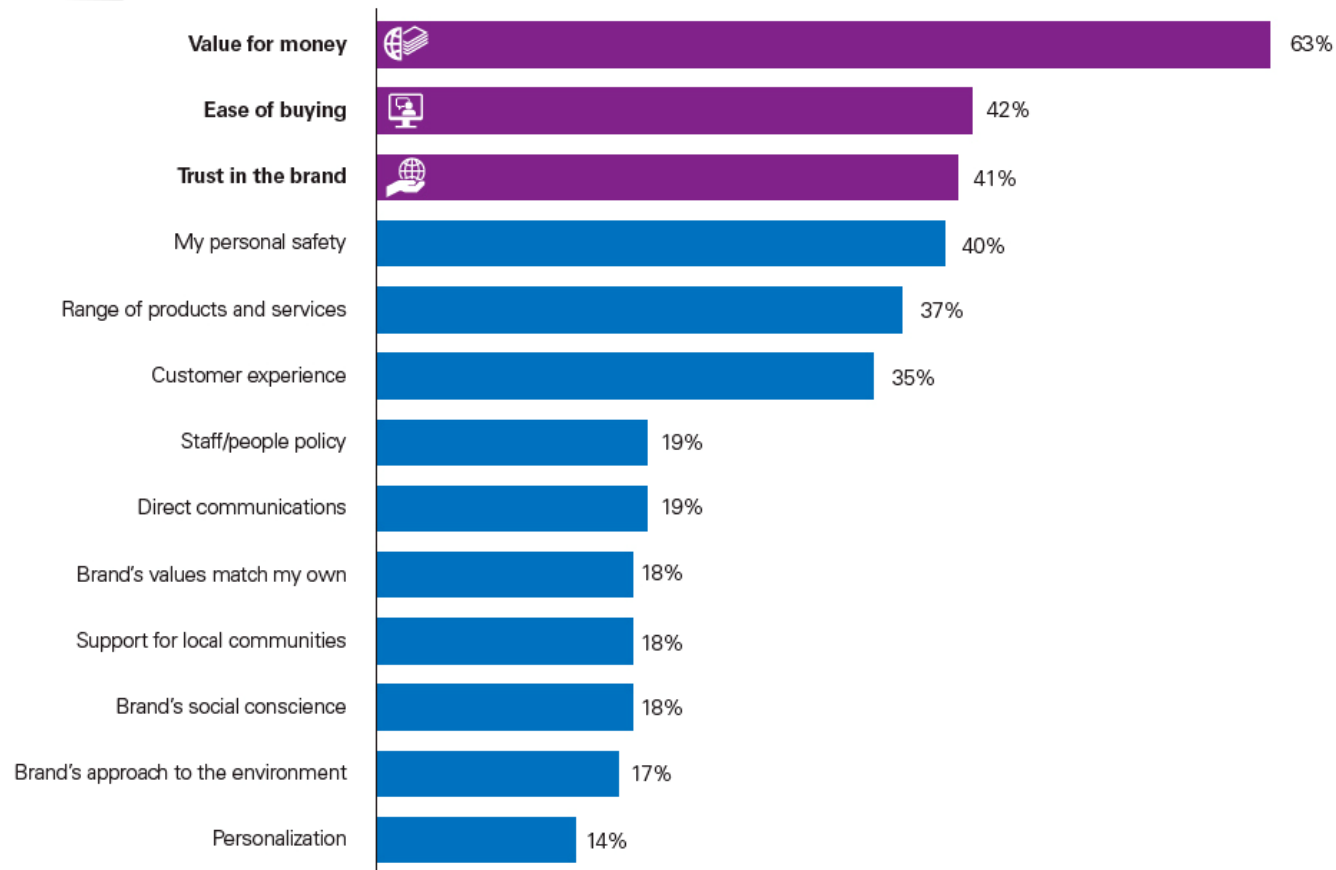


63 %

Presta más atención al
impacto social de sus compras.

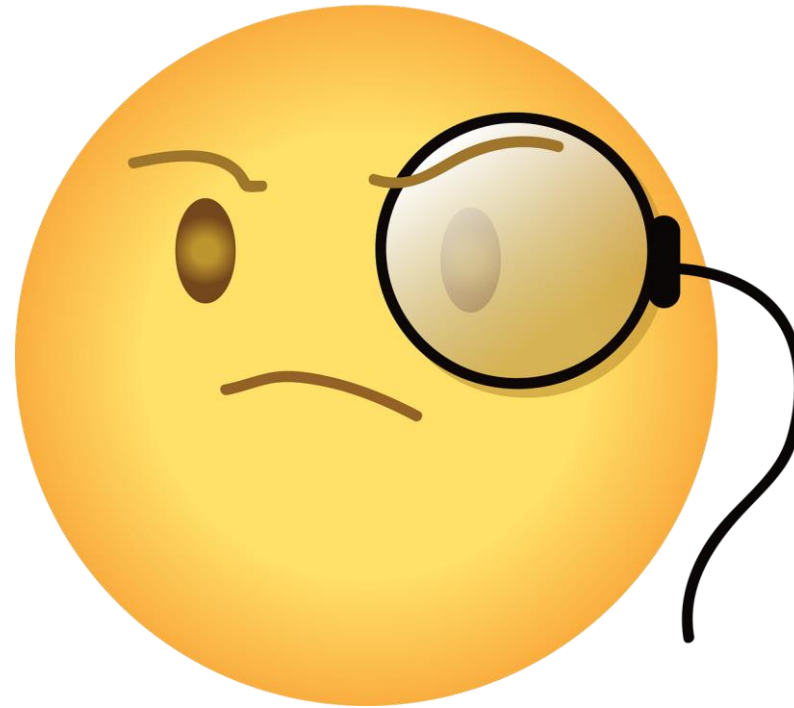
Fuente: [EY - Deconstruyendo al consumidor post-covid y su apuesta por el consumo sostenible](#)

Indicadores de compra



Fuente: [KPMG - Consumers and the new reality](#)

Prosumidor exigente



Cubrir, satisfacer, generar

Cuanto más conozcas a tu público mejor podrás cubrir sus necesidades, satisfacer sus deseos y generar emociones positivas hacia tu marca.

Comprender a tu cliente

Entender al cliente te permite mover el foco desde el producto hacia él y construir una marca sólida y apreciada a su alrededor.

Orientarnos al consumidor

“No creamos productos.
Creamos algo mágico
para quien lo usa”



Orientarnos al consumidor



“Millones de veces a la semana un cliente recibe su bebida de nuestros baristas.

Pero cada interacción es única”

Beneficios para la empresa

- Reduce costes.
- Optimiza nuestro tiempo.
- Permite elegir los canales.
- Establece vínculos más sólidos.
- Construye un mejor engagement.
- Genera mayor beneficio económico.
- Ayuda a diferenciarnos de competidores.

Cómo obtener información relevante

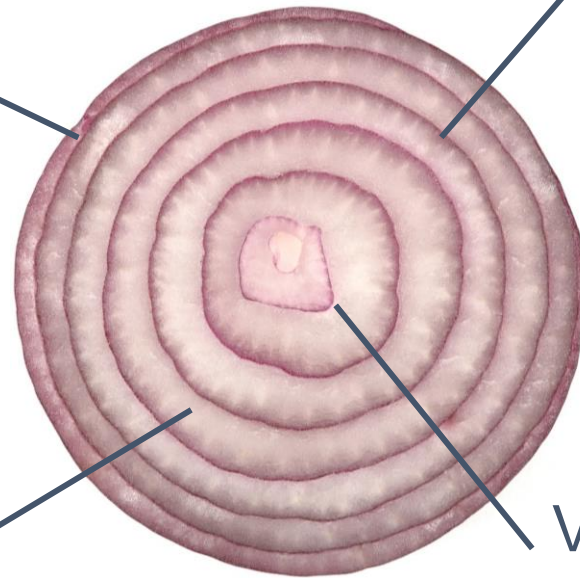
Desentrañar cada capa



Desentrañar cada capa

Edad, sexo,
ubicación...

Estado civil, nivel
educativo, ocupación...



Nivel adquisitivo,
intereses...

Valores, motivaciones,
comportamientos...

Crear segmentos

Grupo 1

Hombres y mujeres

Entre 16 y 25, solteros/as

Estudiantes, desempleados

Poder adquisitivo bajo

Toda Andalucía

Tik Tok, Twitch, Instagram

TIC, videojuegos, programación

Sostenibilidad, consumo responsable

Grupo 2

Hombres y mujeres

Entre 30 y 45, casados

Estudios universitarios, personal directivo

Poder adquisitivo medio-alto

Almería, Granada, Jaén

LinkedIn, Facebook, Twitter

Management, gestión de proyectos

Conciliación laboral y familiar

Crear segmentos

Grupo 1

- Cursos de desarrollo web
- Formación subvencionada
- e-Learning + Aulas virtuales
- Viralización mediante challenges
- Colaboraciones con influencers
- Publicidad en vídeo

Grupo 2

- Cursos de gestión del tiempo
- Formación privada
- Semipresencial
- Mailing a base de datos
- Patrocinio de eventos
- CPC en Google y LinkedIn Ads

Metodologías útiles

Encuestas online

Especialmente útiles para conocer el perfil demográfico, sociocultural y digital de tu público. Ayudan a determinar sus necesidades.

Metodologías útiles

Cuestionarios de satisfacción

Ofrecen opinión directa y ayudan a detectar puntos de rotura o insatisfacción. Si se diseñan bien aportan mucha info extra sobre los perfiles.

Metodologías útiles

Entrevistas personales

Permiten conocer al público objetivo de forma más profunda y ahondar en su comportamiento, pero requieren mayores recursos y tiempo.

Metodologías útiles

Mapas de empatía

Ayudan a definir un modelo de cliente respondiendo a:
qué piensa/siente, qué ve, qué oye, qué dice/hace,
qué esfuerzos realiza y qué resultados espera.

Metodologías útiles

Mapas de empatía



Fuente: <https://anaivars.com/mapa-de-empatia>

Metodologías útiles

Investigación online

Complementa a otras metodologías aportando datos sobre el mercado o sectores específicos, a partir de estudios, herramientas y publicaciones.

Metodologías útiles

Análisis en redes sociales

Ofrece información muy útil sobre el público que ya está interactuando con tu marca, en base a la actividad generada en estos canales.

Metodologías útiles

Análisis de la competencia

Contribuye a detectar aspectos diferenciales sobre por qué el público elige una marca o una empresa frente a otra, identificando puntos de mejora.

Estudios e informes para de interés

Consumers & the new reality



Future Consumer Index



Estudio de Redes Sociales 2021



iab spain

Estudio Anual Redes Sociales 2021

PATROCINADO POR:

 **PredActive**
By Adbibo|nextP

Estudio de Redes Sociales 2021
5 Mayo 2021

ELABORADO POR:

 **eLOGIA**

Estudio de Audio Digital 2021



Estudio de Audio Digital 2021



Estudio de Vídeo Online 2021

ESTUDIO ANUAL VIDEO ONLINE 2021

Patrocinado por:

**Adevinta
Spain**
fotocasa | habiada | infajobs
coches.es | motos.es | turismo.es



23^o Navegantes en la Red 2021



Con el patrocinio de **ODEC**
your data partner since 1965



MARZO 2021

**PRINCIPALES
RESULTADOS**

Compras online en España 2021



Conversión en e-Commerce y negocios digitales



Herramientas útiles

Herramientas útiles

statista 

 **survio**

Think with **Google**

Market Finder

 **Google**
Analytics



HubSpot 

Enlaces de interés

10 técnicas online para conocer tu público objetivo

<https://topicflower.com/blog/10-tecnicas-online-para-conocer-tu-publico-objetivo/>

Análisis del público objetivo: qué es, métodos y ejemplos

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/analisis-del-publico-objetivo/>

Público objetivo: qué es, cómo definirlo y cuál es su importancia en las estrategias de marketing

<https://rockcontent.com/es/blog/como-definir-el-publico-objetivo/>

Por qué conocer mejor a tus clientes (vídeo)

<https://www.sage.com/es-es/blog/por-que-conocer-clientes/>

7 pasos para realizar un análisis satisfactorio del público objetivo

<https://www.appinio.com/es/analisis-del-publico-objetivo>

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias

Coraboran:



Financiado por:

