

Investigación de mercados en línea

Mtro. Carlos Estrada Zamora

Revisar encuesta AMIPCI de
uso de internet en México

AMIPCI

Asociación Mexicana de Internet



Uso de internet para buscar datos secundarios

Sitios de interés para los investigadores de mercados (*INEGI, AMIPCI, EBSCO, RedAlyc, Conacyt, etc.*). Ver ejemplos en pág. 141.

Grupos de noticias.

Blogs.

Investigación por encuestas en línea

Ventajas de las encuestas en línea:

Despliegue rápido,
informe en tiempo
real.

Costos reducidos.

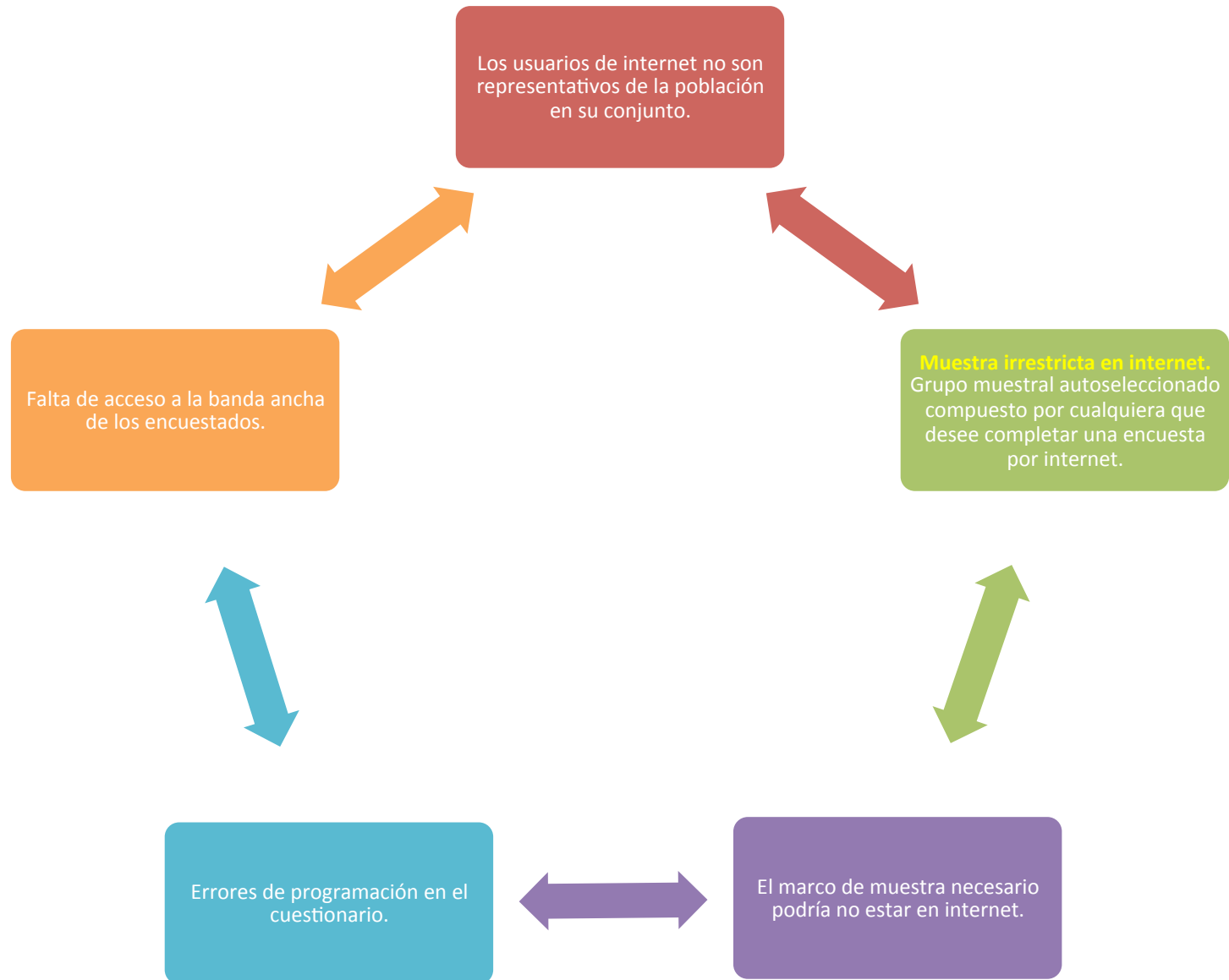
Fácil
personalización.

Altos índices de
respuesta.

Posibilidad de
contactar a
personas difíciles
de contactar.

Gestión de
paneles
simplificada y
mejorada.

Desventajas de las encuestas en línea



Métodos para realizar encuestas en línea

- Software para encuestas en la web. *Google forms*.
- Obtención de completamiento de encuestas. Ofrecer al encuestado una buena experiencia en el llenado. Despertar el interés.
- Diseño de muestra y sitios de hospedaje web.



Paneles comerciales en línea

Individuos que han aceptado recibir invitaciones para hacer encuestas en línea con una compañía de paneles en particular.



Investigación en internet móvil

La experiencia con un dispositivo móvil es mucho más íntima.

Los teléfonos inteligentes permiten a los investigadores no sólo observar el paradero de los consumidores por medio de la **geolocalización**, el **geositiamiento** (*valla virtual alrededor de un sitio*) y el **análisis móvil**, si no también pedirles retroalimentación en tiempo real.



Investigación de mercados mediante redes sociales por internet



Establecer un diálogo y comunidades de clientes de las marcas.

Gran parte de la investigación en redes sociales se basa en formas de observación.

Analizando intercambios en las redes sociales acerca de un producto o servicio, los investigadores pueden enterarse de qué factores usan los clientes para determinar el valor, así como de la manera en que se expresan del producto, servicio o marca.

Usando herramientas de Facebook es posible medir cuantas veces es visto un mensaje, cuantas veces es compartido con usuarios de la misma red social y qué comentarios suscita.

A los fans de las marcas les gustan los mensajes breves y punzantes.

Realización de encuestas mediante redes sociales

- Las personas a las que les gusta un producto o servicio o los miembros de comunidades web pueden recibir una liga a un sitio externo en el que pueden llenar una encuesta.
- *Survey Monkey* permite incrustar una encuesta en Facebook.
- **Facebook** y **Twitter** (por ejemplo) ofrecen aplicaciones para realizar encuestas en línea.



Contenido obtenido de:

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

McDaniel y Gates (2016)

Cengage Learning

Décima edición