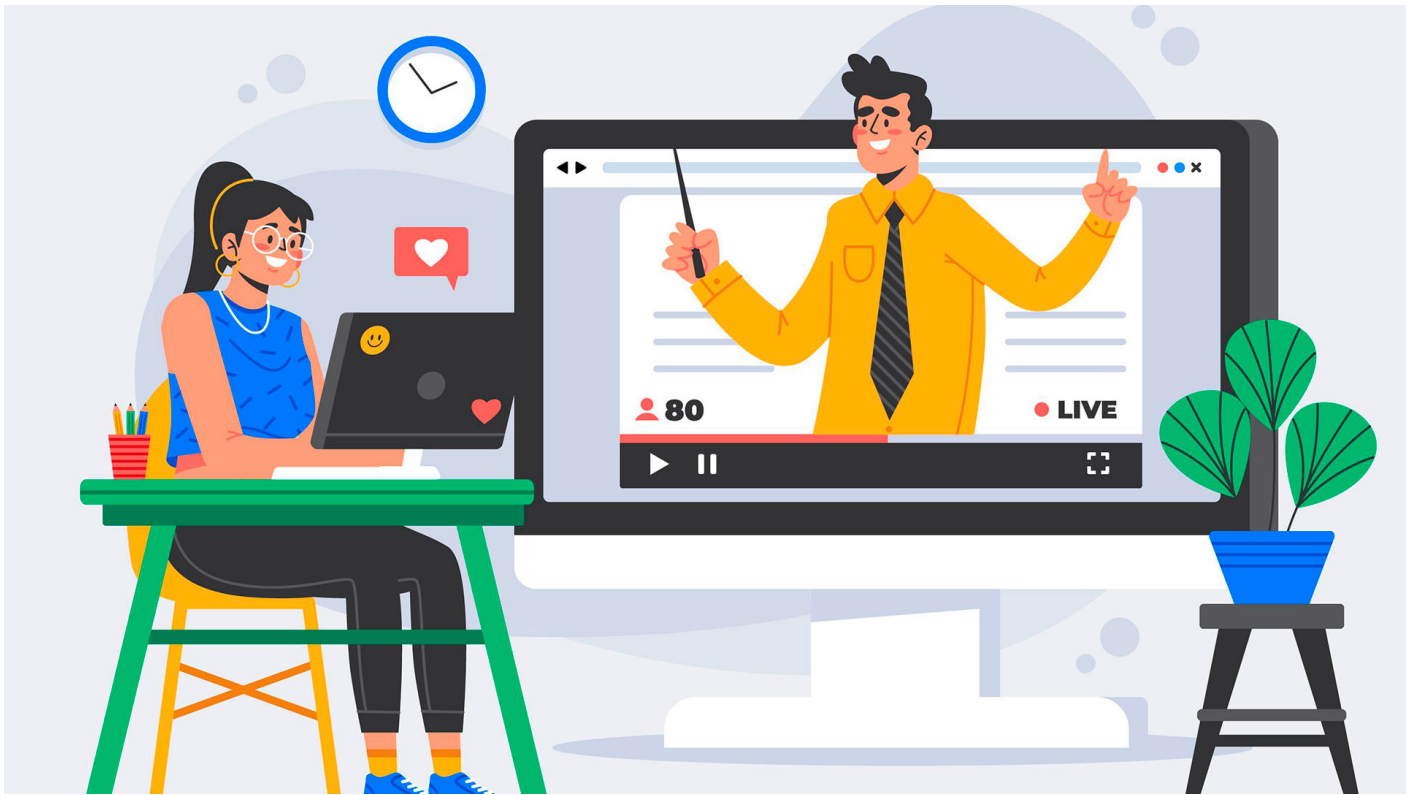


¿Tienes un negocio? Conecta con tu mercado en línea con estos consejos



¿Tienes un negocio? ¿Quieres que crezca más en línea? Especialistas del [Tec de Monterrey campus Sinaloa](#), realizaron una lista de recomendaciones para que los negocios **puedan sobrevivir** en las plataformas en línea y llegar aún **mayor número de usuarios**.

Ana Franco, profesora e investigadora de Grupos Estratégicos de Retail, explicó que empresas de investigación como Euromonitor y Nielsen están generando estudios de tendencias del consumidor y de consumo con el fin de descubrir ventajas estratégicas.

“Considero que el que tiene la información necesaria de cómo se está moviendo el mercado y hacia dónde van las tendencias tiene una fortaleza y una ventaja sobre los que no tienen dicha información”, comentó.

Asimismo, **Nadia Covarrubias, directora de la licenciatura en Administración y Estrategias de Negocio**, dijo que actualmente existen muchas oportunidades para que emprendedores puedan lograr hacer negocios de manera distancia y así logren llegar a diferentes mercados.

Por otro lado, **Krissel Monzón, coordinadora de la Zona de Emprendimiento Innovador del Tec**, explicó que se debe de tener comunicación con los clientes sobre cómo cambian sus hábitos en cuanto a las formas de consumo y cómo modifican las necesidades.

En conjunto, las expertas reunieron estos puntos clave que se deben tomar en cuenta para conectar con tu mercado meta:

1. La comunicación como clave

Ana mencionó que hoy en día la comunicación es vital y hacer que el consumidor tenga la certeza de qué nos preocupa y hacemos las cosas por él ayudará para crear lazos y presencia.

“La comunicación bidireccional le da al consumidor la confianza que necesita en estos tiempos. Ampliando el tema de confianza, en este tiempo es vital garantizar al consumidor la seguridad de los productos”, expresó.

2. Los clientes cambian de hábitos

Debido al cambio constante de tendencias, Krissel explicó que se debe de tener una **buena comunicación** con los clientes actuales y posibles de cómo han cambiado sus hábitos en cuanto a las formas de consumo y cómo es que esto modifica en sus vidas.

3. Nuevas tendencias en redes sociales y plataformas

De acuerdo con la investigación de la **IAB (2019)** sobre el consumo de medios entre internautas mexicanos, Ana compartió que el **61%** sigue una marca en redes sociales y de estos el **80%** buscan estar al tanto de lo que hace la marca.

Con base en estos datos, resaltó la importancia de la **presencia de empresas** en redes sociales, afirmando que las empresas deben generar contenido valioso y significativo a través de las redes que más usa el consumidor.

“Por ejemplo, Tik Tok es una red social que en estos momentos ha tenido un gran crecimiento, la cual muestra mini videos de la cotidianidad y lo que está viviendo el consumidor por lo que constituye una fuente de información muy valiosa”, dijo.

Por otro lado, Nadia concordó con la importancia de la **presencia en redes sociales** para estar al margen de las tendencias ya que además cuentan con una facilidad para segmentar a los tipos de usuarios de acuerdo al tipo de red social.

“Se tiene que tener claro quién es tu segmento de clientes y a quién se van a dirigir y con base a eso identificar en qué redes sociales se mueve ese segmento de clientes en específico”, resaltó.



width="1920" loading="lazy">

4. El uso de los sitios de marketplace

Además recomendó analizar sitios de marketplace como **Amazon**, **Mercado Libre** y grupos de **WhatsApp** debido a su gran crecimiento en los últimos meses, las cuales ayudarán la distribución de productos y dar a conocer la marca.

Mencionó que esto ayudará a que los negocios puedan llegar a un mayor número de usuarios, facilitando la presencia de la empresa en línea.

5. Uso correcto de buscadores en línea

Asimismo, dijo que resulta vital contar con una excelente estrategia en buscadores en línea como Google, las cuales permiten posicionar a una marca para que sea más sencilla de encontrar por un usuario de Google.

*“La optimización de las **estrategias de posicionamiento orgánico (SEO)** y las **estrategias de posicionamiento pagado (SEM)** hacen que **los consumidores nos encuentren con facilidad en internet**”, expresó Ana.*

6. Auge en cuanto a la venta y compra en línea

Asimismo, explicó que debido a la cuarentena por **COVID-19**, los negocios tienen que adaptarse para generar una manera cómoda de que sus clientes realicen sus pedidos a través de los dispositivos electrónicos.

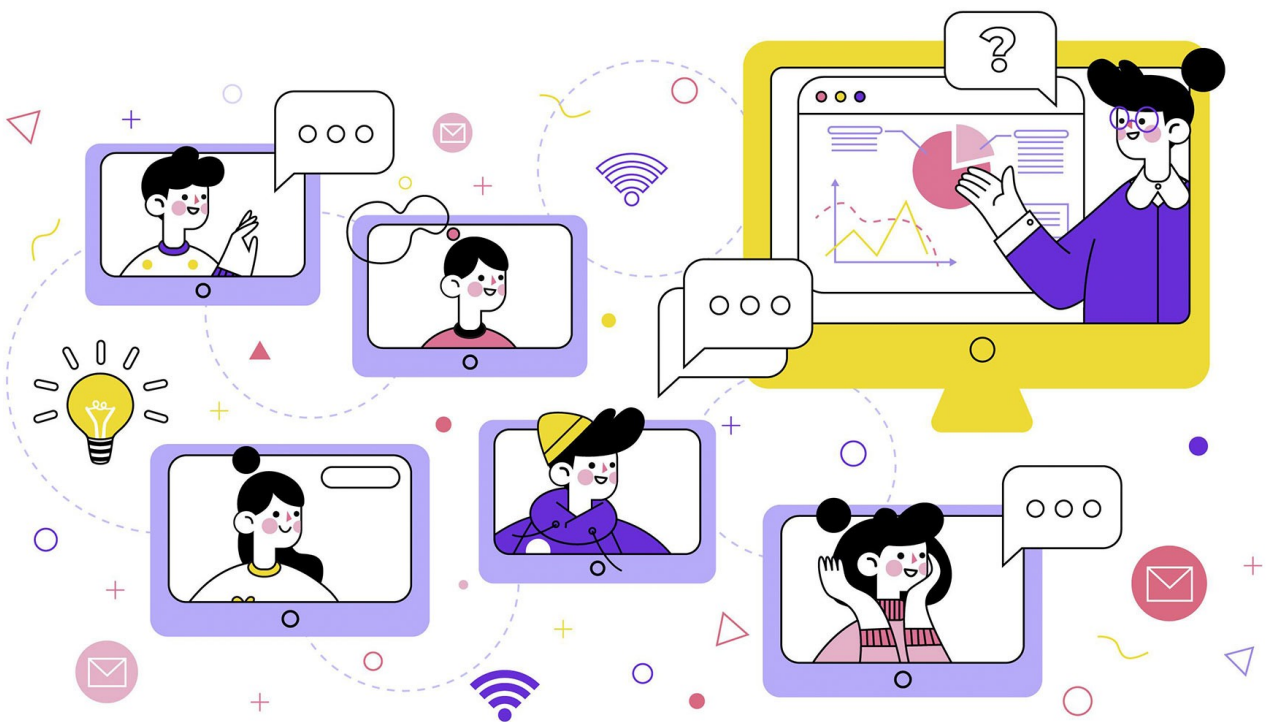
Por lo cual, considera que esto llevará a generar nuevos **paradigmas de emprendimiento**.

“Muchas personas en este nuevo escenario tuvieron que eliminar el miedo o aversión que a lo mejor sentían al utilizar herramientas. Ahora ya se están acostumbrando a su uso y realizan compras en línea”, detalló.

7. Tecnología como herramienta principal

Krissel mencionó que la **tecnología** es la **principal plataforma** de comunicación y estrategia de trabajo actualmente, la cual es y será una gran plataforma donde se desarrollaran los proyectos más importantes.

Recomendó el conocer más plataformas y estar preparados en lo que ya existe pero también en más **herramientas tecnológicas** para la creación de nuevos negocios.



width="1920" loading="lazy">

8. Innovación para sobresalir

De acuerdo con Ana, la **innovación** es fundamental para los negocios ya que además de que trae nuevas ideas incluso sirve para mantenerse vigente en el mercado ante distintas circunstancias.

“La innovación exitosa depende de realizarla con información para determinar innovar en las áreas que son demandadas. Fuentes de información importante son clientes, proveedores, empleados y la misma competencia”, resaltó.

Por otro lado, Nadia resaltó que la innovación es lo que garantizará que las empresas que logren permanecer vigentes con sus clientes y puedan conseguir nuevos.

Mencionó que va de la mano con tener la capacidad de hacer lo que se hacía antes pero de una manera diferente con el objetivo de mejorar.

“Hoy en día no se puede garantizar la permanencia de empresas en el mercado si no generan innovación, debido a la velocidad de cambio en el mundo”, resaltó.

9. Capacitación online

Finalmente, Nadia destacó que es importante capacitarse a través de [cursos gratuitos](#) en internet, los cuales servirá de ayuda a las personas emprendedoras a para profundizar en temas comunicación, logística, consumidores y más.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: