

COMM118PO ESTUDIOS DE MERCADO PARA EL COMERCIO DIGITAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

ESTRATEGIA DIGITAL
40 HORAS



OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar estudios de mercado sobre productos y servicios de venta on-line.

100%
ONLINE

ÍNDICE

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2. DISEÑO DEL ESTUDIO.

- 2.1 Preparación del estudio
- 2.2 Planificación del estudio.

3. FUENTES DE INFORMACIÓN

- 3.1 Internas y externas
- 3.2 Primarias y secundarias

4. RECOGIDA DE DATOS: MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

- 4.1 Recopilación de información sobre la empresa
- 4.2 Recopilación de información sobre el sector de actividad
- 4.3 Recopilación de información sobre los competidores: estudio de la competencia
- 4.4 Recopilación de información sobre los clientes

5. ANÁLISIS DE DATOS: TÉCNICAS

- 5.1 Identificación de los factores clave para el comercio digital de productos o servicios.
- 5.2 Fortalezas: características del producto o servicio que son una ventaja en relación con los de nuestra competencia.
- 5.3 Debilidades: características del producto o servicio que son una desventaja en relación con los de nuestra competencia.
- 5.4 Oportunidades: factores externos que podrían ser explotados como una ventaja competitiva
- 5.5 Amenazas: factores externos que podrían causar problemas en la venta digital de nuestro producto o servicio.

6. COMUNICACIÓN DE RESULTADOS. ELABORACIÓN DE LOS INFORMES DE RESULTADOS.