

Potencia tu empresa o proyecto empresarial a través de Internet, aplicando esta herramienta fundamental, que te ayudará a tomar las decisiones acertadas de cara al futuro.

Este libro digital llega a usted por gentileza de,



GanarOpciones.com

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

El análisis DAFO es una herramienta que se aplica para el estudio de la situación competitiva de una empresa y la toma de decisiones en su mercado, y de las características internas de la misma, a efectos de determinar sus **Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**.

Sus autores fueron Learned, Christensen, Andrews y Guth, en "Business policy, Text and cases" en el año 1965, y a partir de aquí se convirtió en una herramienta fundamental para Consultores e Investigadores, ya que de una forma sencilla y práctica, se pueden visualizar en un solo diagrama, las debilidades y fortalezas internas de la empresa de forma segmentada, y el entorno de la misma.

“Es como ver desde un helicóptero o un avión, el trazado perfecto de los posibles caminos que llegan a un determinado sitio y elegir el que me va a llevar más rápido y de una forma más segura. Así de fácil...”

Varios años desarrollando esta metodología, me permitieron trabajarla y profundizarla hacia el marketing en Internet, ya que cada vez más clientes, me piden potenciar y diferenciar sus empresas a través de Internet.

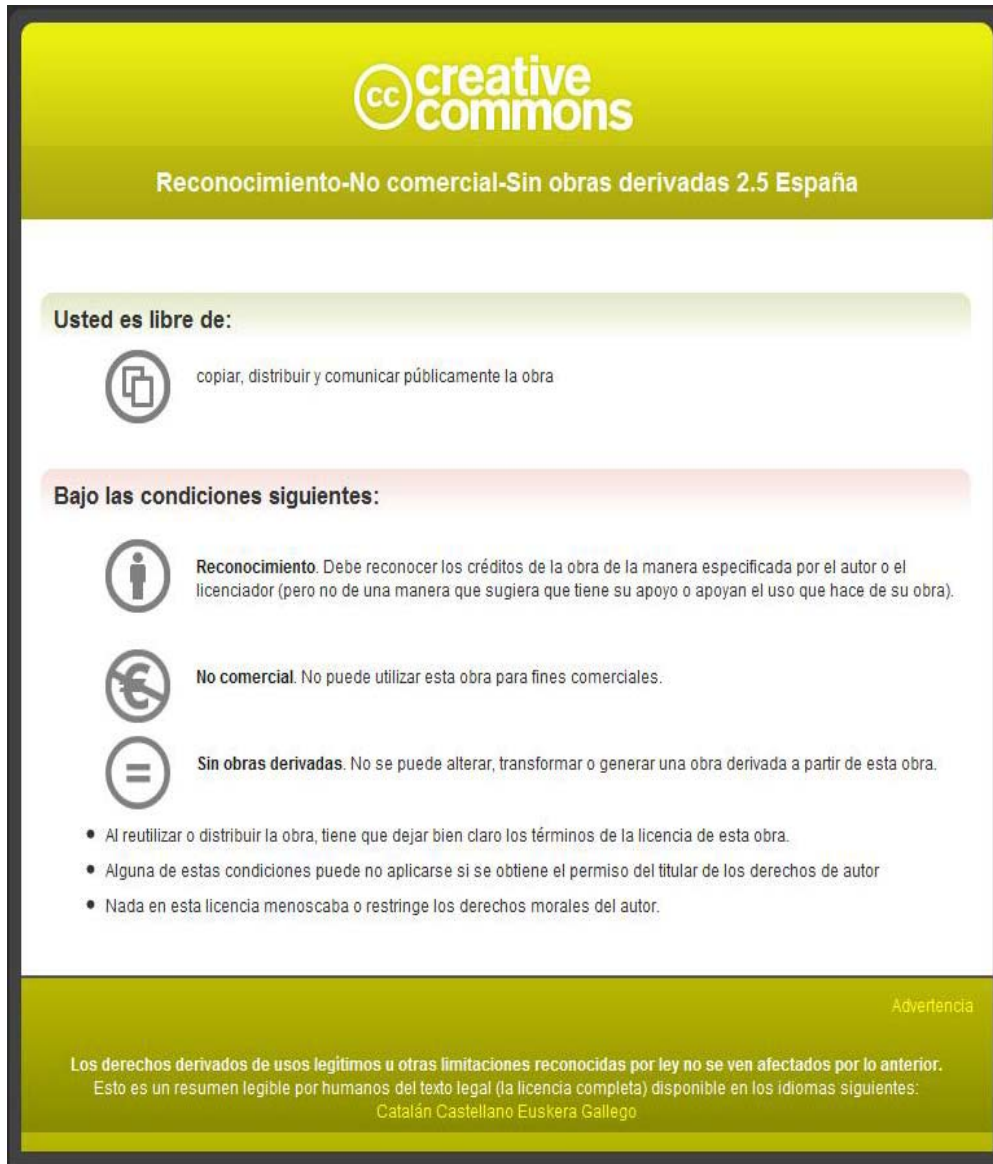
Espero que disfrutes este trabajo, y que aprendas el concepto fundamental de esta metodología aplicada al Marketing en Internet y puedas aplicarla con éxitos en tu empresa o tu proyecto empresarial.

Un saludo



Claudio Ponce

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.



<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

CONTENIDO

- **Introducción**
- **¿Por qué es tan importante hoy en día desarrollar y potenciar el marketing en Internet?**
- **¿Cómo podemos determinar nuestras carencias o virtudes, tanto internas como externas, en relación a nuestro marketing en Internet y tomar las decisiones adecuadas?**
- **La parte Interna de la empresa.**
 - 1- **Debilidades Internas**
 - 2- **Fortalezas Internas**
- **El entorno de la empresa**
 - 1- **Amenazas Externas**
 - 2- **Oportunidades Externas**
- **Análisis de mi página Web**
- **Completamos el diagrama en función a la información**
- **Análisis del Diagrama**
- **El cuestionario**
- **Resumen**
- **Conclusiones**

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Introducción

Marketing en Internet se lo puede definir como todas las acciones que se realizan estratégicamente a través de Internet, para alcanzar objetivos generales o puntuales que se desean realizar, como por ejemplo potenciar las ventas y diferenciarse de la competencia.

El marketing estratégico a través de Internet lo desarrollaban hace no muchos años las grandes empresas y multinacionales, ya que vieron en Internet, una vía rentable por donde desarrollar estrategias segmentadas y específicas, con objetivos concretos.

Al observar la tendencia y la proyección que tenía, decidieron apostar seriamente para captar o fidelizar nichos de mercados determinados.

Sin embargo en pocos años Internet creció tanto, que hoy en día las pequeñas empresas o los proyectos empresariales también apuestan seriamente por un modelo de negocio donde las estrategias a través de Internet, se están convirtiendo en el centro de las estrategias empresariales.

Dichas estrategias o acciones, se tienen que aplicar o desarrollar en función del perfil de cliente potencial que se desea captar o fidelizar, de los objetivos generales y puntuales de la empresa y de los movimientos de la competencia.

Existen muchas posibles estrategias que se pueden utilizar con objetivos muy concretos, y aquí nombraré solo las estrategias que más resultados están dando, como son:

El video marketing y el video mail, con el objetivo de potenciar la empresa, un producto o servicio, a través de videos. La utilización específica de esta estrategia, mejora algunas de las carencias que tiene internet, como son el acercamiento y la confianza.

El e-mail marketing, desarrolla estrategias de captación y segmentación de clientes potenciales, a través de suscripción voluntaria, ya que al suscriptor potencial le interesa el tema en especial y no le importaría recibir más información a través de su mail acerca de dicho tema.

Páginas de aterrizaje son páginas paralelas a la página Web de la empresa, con el objetivo de potenciar un producto o servicio específico, o a la empresa en general, pero con una estrategia diferente o con un mensaje estratégicamente diferente. En muchas ocasiones se utiliza esta estrategia para captar a un determinado nicho de mercado potencial, por lo que se trabaja con un mensaje adaptado a los objetivos <http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

marcados, para que dicho nicho de mercado se identifique con el producto o servicio que se está ofreciendo.

Las páginas de aterrizaje o landing page, suelen utilizarse para campañas de Google Adwords o pago por clic, en Redes Sociales y foros, o simplemente se las potencia y se las posiciona de forma natural, con objetivos específicos y medibles.

Las cartas de ventas también forman parte de un marketing por internet efectivo, ya que se ofrece un producto o servicio determinado, siguiendo unos códigos y un orden de escritura concreta, en función de lo que se desea vender y al cliente potencial que se quiere captar. Esta estrategia también se la puede combinar con video marketing y con e-mail marketing.

Los Blogs o las Webs 2.0, también forman parte, junto a **las Redes Sociales**, de estrategias de marketing en Internet efectivas. Potencian el branding profesional y empresarial y además podemos estar en contacto con personas que antes nos era imposible contactar, como clientes potenciales o proveedores, dentro o fuera del país.

Resaltar **beneficios** en la página principal o en el Home de una forma determinada y estratégica, también representan acciones de marketing efectivas, ya que la mayoría de las empresas destacan características de sus productos o servicios o de su empresa en general, sin saber que hay solo 3 segundos para captar a un cliente potencial y que dicho cliente potencial se sienta identificado con el mensaje que está leyendo, en forma de beneficios.

Existen aún más estrategias que desarrollan un marketing en Internet efectivo, que necesitamos para vender y diferenciarnos de la competencia, y como podemos observar, con pocos recursos se pueden implantar estrategias efectivas que nos ayuden a alcanzar los objetivos generales y puntuales que queremos conseguir en nuestra empresa o proyecto empresarial.

¿Por qué es tan importante hoy en día desarrollar y potenciar el marketing en Internet?

Si sabemos que cada vez más nuestro cliente potencial busca productos y servicios a través de Internet, para satisfacer sus necesidades de una forma rápida y personal, y además le da más posibilidades de encontrar lo que busca con las características que busca.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Si la competencia está tomando conciencia de esta situación y está dirigiendo sus esfuerzos hacia estrategias efectivas a través de Internet.

Si cada vez más las estrategias de marketing en Internet se están convirtiendo en el centro de todas las estrategias empresariales.

Si desarrollando estrategias de marketing en Internet me permitirán mejorar la imagen, diferenciarme de mi competencia, potenciar las ventas y llegar a otras regiones o países, sin coste.

Además de profesionalizar la empresa, alineando y potenciando los mensajes y características que me identifican en el mercado.

La pregunta estaría ya contestada, por lo que si una empresa toma las decisiones en esta línea en el presente, no solo será una referencia en su sector, sino que además dispondrá de una base empresarial de cara al futuro, ya que las líneas estratégicas están yendo en este camino.

¿Cómo podemos determinar nuestras carencias o virtudes, tanto internas como externas, en relación a nuestro marketing en Internet y tomar las decisiones adecuadas?

Una de las herramientas fundamentales a la hora de tomar decisiones efectivas de cara al futuro, es el diagrama **DAFO o FODA**.

El diagrama **DAFO**, nos permite disponer de información importante y estratégica en un solo diagrama, por lo que nos facilita la comprensión de nuestra situación, tanto dentro como del entorno de nuestra empresa, y además nos permite tomar las decisiones estratégicas, de cara a potenciar ciertos aspectos que necesitamos o deseamos potenciar.

Si esta estrategia la enfocamos y la dirigimos hacia el desarrollo de nuestro marketing en Internet, podremos saber con exactitud, nuestras debilidades y fortalezas internas, en relación a todas las estrategias que utilizamos para potenciar nuestra empresa o proyecto a través de Internet, y también podremos saber y medir las amenazas y oportunidades que el mercado tiene o me brinda.

Una vez que coloquemos toda la información necesaria, dispondremos de un diagrama segmentado, en función a la estructura general y estratégica del mismo, por lo que tenemos que centrarnos solo en la información puntual que tenemos que completar, y no en el resultado de la misma.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

El diagrama se divide en la parte interna de la empresa y la parte externa o entorno. Dentro de la parte interna, esta se divide en **Debilidades Internas y Fortalezas Internas**, y el entorno de la empresa, se divide en **Amenazas externas y Oportunidades externas**.

Análisis interno	Análisis externo
Debilidades	Amenazas
Fortalezas	Oportunidades

Lo importante es pensar lo que es necesario buscar para identificar y medir los puntos fuertes y débiles, las oportunidades y amenazas de la empresa, cuestiones clave que son reunidas en una tabla.

Las **fortalezas y debilidades** internas resultan importantes puesto que pueden ayudarnos a entender la posición competitiva de nuestra empresa en un entorno de negocio concreto. Un primer paso, por tanto, consiste en analizar el ambiente competitivo que rodea a nuestra empresa.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

La parte interna de la empresa.

Para ello iremos a nuestra página Web para analizar las acciones que desarrollamos, no solo de cara a nuestro cliente potencial, sino también a los recursos que disponemos para desarrollar estrategias de marketing, nuestra disposición hacia estrategias a través de Internet, entre otros muchos factores o características que determinan o se reflejan en estrategias de marketing a través de Internet.

Debilidades Internas

Podemos nombrar algunos ejemplos reales, como:

- Pocos recursos invertidos (Cuando me refiero a pocos recursos, no significa que para desarrollar marketing por Internet se necesitan muchos recursos, sino que muchas empresas no desarrollan ninguno o lo quieren desarrollar sin la contratación de profesionales o sin haber invertido en una formación específica)
- Dispongo de videos pero están muy escondidos dentro de la página Web y casi nadie los ve.
- Tengo un formulario de suscripción pero muy pocos se suscriben y para enviar un boletín, se lo tengo que comunicar a mi Web master y me cobra por enviármelo.
- No tengo estrategias de marketing en Internet y mi Web me la diseñó una persona que no trabaja estrategias, pero me costó muy barata.
- Me he dado cuenta que el inicio de mi página Web, solo comunica características y ningún beneficio. Tengo muchas visitas al día, pero nadie o casi nadie se pone en contacto conmigo.
- Bajaron las ventas o las tomas de contacto en los últimos seis meses
- No tengo el control para cambiar los contenidos, por lo que es una Web estática desde hace año y medio. Casi no tengo visitas.
- No dispongo de un buen posicionamiento natural.
- No dispongo de capital para invertir en estrategias efectivas.
- No dispongo aún de página Web.

Como podemos observar, es recomendable colocar todas las características, o en este caso debilidades internas que vemos en nuestra página Web o dentro de mi empresa, que se reflejaran en mi página Web. Como por ejemplo el no disponer de recursos suficientes para desarrollar dichas estrategias, o tengo contratado a una persona que me lleva la página Web, **pero no sabe de marketing estratégico**.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Esta última característica es muy común en muchas empresas y es muy importante colocarlas como debilidades internas, ya que son el reflejo de los resultados de su página Web.

Si dispones de una página Web que no tiene los resultados que estabas esperando, o tienes cientos o miles de visitas al día pero nadie o casi nadie se pone en contacto o directamente no vendes, o tienes muy pocas visitas al día. Es muy importante que trabajes mucho la parte interna tanto de debilidades como de fortalezas, porque es muy probable de que la clave para revertir dicha situación este aquí.

Fortalezas Internas

Siguiendo con la parte interna de nuestra empresa, podemos poner ejemplos reales como,

- Mi página Web tiene un diseño innovador y se adapta al perfil o filosofía de mi empresa.
- Con realizar pocas modificaciones, podré desarrollar estrategias efectivas.
- De vez en cuando, alguien se pone en contacto porque ha visto nuestra página Web.
- Las fotos son muy buenas.
- He invertido en posicionamiento natural y estoy dentro de las primeras tres páginas de los motores de búsqueda.
- Tengo un formulario y cada semana se suscriben clientes potenciales.
- Tengo un video en mi Web que me hace diferente al resto de mi competencia más directa.
- Desde que en el inicio o el home de mi página Web coloqué una pregunta clave de los problemas que podemos resolver a nuestro cliente, las llamadas aumentaron.
- Me diseñaron una carta de ventas para promocionar un servicio exclusivo, y está dando muy buenos resultados.
- Soy consciente de los cambios que hay que hacer de forma continua para adaptarse, e intento informarme y formarme al respecto.
- Dispongo del control de mi hosting y mi dominio y soy el dueño de realizar todos los cambios necesarios en mi página Web, o que me lo realice un profesional.

Estos son solo algunos ejemplos reales, que muchos empresarios y emprendedores colocan cuando rellenan el diagrama DAFO. Lo importante es analizar con detenimiento y cuidado todas las acciones que realizo en mi página Web, en relación a los objetivos que deseo o necesito cumplir.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

El entorno de la empresa

Amenazas Externas

Dentro de la parte externa, comenzaremos a colocar algún ejemplo de las amenazas que tiene mi negocio en Internet o mi página Web.

Estos ejemplos reales están puestos para darte ideas y completes tus características sobre el marketing en Internet de tu empresa o proyecto empresarial. Es muy importante que analices con cuidado que estrategias desarrollas, si desarrollas alguna, y que estrategias están utilizando en tu sector, por lo que te dará una visión amplia de la situación y de la posición en la que te encuentras.

Vamos con los ejemplos.

- Mi competencia más directa ha cambiado su página Web y han desarrollado estrategias más agresivas y atractivas que la mía.
- Mi competencia está desarrollando campañas de Google Adwords, y los encuentro en cada búsqueda que realizo.
- No logro conectar con mi cliente potencial.
- Mi nicho de mercado es la tercera edad y en general no utilizan Internet.
- He encontrado a una empresa de mi sector que cambió radicalmente su estrategia y ofrece sus servicios de una forma diferente.
- Nunca imaginé que la competencia pudiera vender los servicios directamente a través de Internet.
- Mi competencia más directa ha comenzado a vender a través de Internet con un 10% de descuento. Creo que esto me hará daño.
- Mis clientes me preguntan cada vez más, cuando tendré disponible mis productos o servicios a través de Internet, ya que cada vez disponen de menos tiempo para venir a comprar.

Oportunidades externas

Si trabajamos las oportunidades del entorno de la empresa, podemos poner como ejemplo las siguientes cuestiones:

- En la zona, región o país donde me desarrollo, el marketing en Internet aún no está muy desarrollado.
- Mi competencia aún no desarrolla estrategias efectivas, orientadas a potenciar las ventas o contacto a través de Internet.
- Las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta efectiva a la hora de potenciar las empresas y/o el branding, profesional.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

- Mi cliente potencial utiliza cada vez más Internet para comprar o tomar sus decisiones de compra.
- Tengo un supermercado y muchos clientes me preguntan si pueden realizar sus pedidos a través de Internet.
- Tengo una Casa Rural y la asociación donde pertenezco, me va a asesorar en estrategias efectivas de video marketing para potenciar mi negocio.
- Me han propuesto una alianza estratégica para que mi negocio tenga más visibilidad fuera de la zona donde se ha desarrollado hasta ahora mi negocio.

Estos son solo algunos ejemplos de empresas que realizaron el Diagrama DAFO sobre marketing en Internet. Es importante que leas con detenimiento cada frase, ya que una parte de estas cuestiones te sentirás identificado, por lo que solo tienes que colocar tu característica. Y otra parte te ayudará a que te surjan nuevas ideas y características adaptadas a tu negocio.

Una vez que completes todas las cuestiones, dicha información se volcará en el diagrama, y a partir de aquí, aprenderemos a utilizar esta herramienta, fundamental a la hora de tomar las decisiones acertadas de cara al futuro.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Analicemos la empresa TOP Geriátricos

Pondré como ejemplo una empresa que distribuye productos de geriatría. Para ello, colocaremos una foto de su página Web y podremos analizarla. También colocaremos fotos de dos empresas competidoras, para realizar un análisis breve, que nos permitirá realizar el análisis DAFO con garantías.

Análisis de páginas Web

Comenzamos con esta empresa, que será la que le diseñemos el análisis. El nombre está borrado para protegerla. La podemos llamar, a modo de ejemplo, Top Geriátricos.



Desde el punto de vista de presentación general de la empresa, es correcta. Limpia y profesional. En el Home o inicio no tiene características, sino que coloca directamente las ofertas.

El cliente potencial son los geriátricos y las ortopedias. En principio el modelo de negocio no está orientado a la venta particular, Los precios de las ofertas y de los productos suele ser muy estática, por lo que no suelen variar, ya que el empresario no

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

tiene control total sobre su página Web, y cada cambio hay que pedírselo a la empresa que le contrató el servicio y tardan algunos días y suelen cobrar por cambio.

No detecto una estrategia clara. Las ofertas no es la característica principal de esta empresa, que se quiere distinguir en el mercado a través de la calidad de sus productos y sobre todo, un trato personalizado con sus clientes. Por lo que la supuesta estrategia de ofertas no va en línea con la personalidad de la empresa fuera de Internet, por lo que el mensaje es, en cierta medida un poco contradictorio.

Muchas veces es importante disponer de ofertas para atraer a nuestro cliente potencial, pero hay que tener cuidado en que características nuestros clientes nos identificarán en el mercado. Siempre hay que desarrollar estrategias similares, tanto online, como offline, salvo que utilicemos una estrategia concreta para captar a un nicho de mercado concreto, o necesitemos vender un producto o servicio concreto.

Pero para ello, se suelen diseñar y aplicar páginas de aterrizaje paralelas a la Web principal, para **no cambiar la personalidad y la filosofía de la empresa.**

También existen estrategias puntuales, donde una empresa hace una página Web con una estrategia diferente a la filosofía de la empresa. En este caso, para que sea efectiva, se radicalizan los mensajes o las estrategias, y en muchos casos se cambia el nombre de la empresa. Pero este no es el caso.

Me gustan las fotos y la barra de navegación, aunque la barra podría distinguirse un poco más. Pero repito, **no existen estrategias claras con objetivos concretos.** Hay que tener cuidado en colocar precios.

A veces tiene más repercusión poner uno o dos ofertas puntuales a costo, que colocar muchos productos a solo un buen precio o muy buen precio. Salvo que tengamos unas condiciones de compra inigualables y pocas infraestructuras, y me permitan vender al mejor precio. En este caso seremos los más baratos del mercado y esta será nuestra característica fundamental y como me identificarán mis clientes.

Si colocamos solo buenos precios, el cliente potencial puede encontrar mejores ofertas en otro sitio y simplemente se olvidará de esta página Web, sin saber que dicha empresa, además tiene productos de calidad, y **un trato muy cercano y personalizado con sus clientes.**

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

La siguiente empresa, fabrica y vende mobiliario para geriátricos. Pueden ser competencia o una empresa proveedora de la que estamos analizando. Lo importante es sondear que estrategias utilizan empresas del mismo sector, tanto competencia directa como indirecta.



En este caso sigue si haber una estrategia clara ni se resaltan beneficios ni hay mensajes que a uno le despierten el deseo de compra.

Solo veo que tienen un formulario de suscripción, pero tampoco hay mensajes claros de porque yo me tengo que suscribir a esta Web. Si soy una empresa interesada en comprar un mueble, me pondría en contacto con ellos. Con esto no quiero decir que el formulario no tiene un objetivo concreto, pero dicho objetivo no está reflejado en forma de mensaje.

El encabezado solo tiene características de la empresa y tiene una barra de navegación básica y a la derecha aparecen los productos que ofrecen. También quieren utilizar como inicio las promociones u ofertas, pero en este caso no hay ninguna.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

El diseño es muy básico y no representan una imagen profesional. Es probable de que este mensaje no se corresponda con la realidad, pero un cliente potencial que utiliza Internet para buscar sus productos, ve esta Web y es muy probable de que vaya a la siguiente empresa a ver si le solucionan su problema.

La **última empresa** seleccionada también vende material de geriatría. En este caso podemos observar una estrategia más clara y orientada a vender a través Internet. Es dinámica y la barra de navegación es simple y contiene información de servicios para el cliente potencial.



Presenta sus productos, pero no tienen precios, aunque hay una pestaña que pone "ofertas", lo que significa que si disponen de ofertas, pero no es la característica donde esta empresa se quiere identificar.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Debajo hay noticias del sector, por lo que le quieren dar un valor añadido e invitar a visitar la página de forma continua, ya que existe material de valor añadido gratis.

Aplican e-mail marketing por suscripción voluntaria, y aunque tampoco hay una invitación o motivación especial para suscribirse, por lo menos hay texto. Se puede comprar por Internet, por lo que es un servicio de valor añadido a aquellos clientes que no desean un contacto directo con un comercial o simplemente no está dentro de la zona comercial de la empresa, o también se puede dar el caso de que esta empresa no disponga de vendedores y toda su estrategia se base en la venta a través de su página Web.

En resumen, se detecta que la característica de esta empresa es el stock y el servicio y quieren dar un valor añadido con noticias del sector, por lo que es muy probable de que la estrategia Web esté en línea con la estrategia que la empresa se caracteriza en la realidad.

Ya hemos tenido un pequeño análisis de tres empresas de un mismo sector que son competencia, pero también puede haber un vínculo de relación entre ellas y la última es probable de que su cliente potencial sea el particular, aunque no queda claro.

Generalmente una empresa busca su competencia directa, pero en este caso me interesan empresas de un mismo sector que no compiten directamente, ya que el objetivo de este ejemplo es tener información de la parte interna, pero también del entorno de una empresa, por lo que me pareció un ejemplo interesante en relación a la empresa analizada.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Completamos el diagrama en función a la información

A partir de aquí, tendremos información básica para comenzar a rellenar el diagrama.

Análisis interno	Análisis externo
Debilidades <ul style="list-style-type: none">*La Web no comunica en línea con la característica principal de la empresa, que es el trato personalizado y la calidad.*Carece de estrategias efectivas diseñadas para captar a un determinado cliente potencial, como el video marketing, e-mail marketing, etc.*El colocar precios como estrategia principal puede ser un error, ya que hay que tener muy claro que dichas ofertas sean las mejores del mercado, sino se puede entrar en una dinámica de desconfianza.*Imagen fría y poco cercana*No encuentro los beneficios que puedo tener al adquirir estos productos*Poca inversión en un marketing efectivo*Control bajo al acceso de su hosting	Amenazas <ul style="list-style-type: none">*Mi competencia más directa ha cambiado su página Web y han desarrollado estrategias más agresivas y atractivas que la mía.*Mi competencia está desarrollando campañas de Google Adwords, y los encuentro en cada búsqueda que realizo.*No logro conectar con mi cliente potencial.*Mi nicho de mercado es la tercera edad y en general no utilizan Internet.*He encontrado a una empresa de mi sector que cambió radicalmente su estrategia y ofrece sus servicios de una forma diferente.*Nunca imaginé que la competencia pudiera vender los servicios directamente a través de Internet.*Mi competencia más directa ha comenzado a vender a través de Internet con un 10% de descuento. Creo que esto me hará daño.
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">*Con realizar pocas modificaciones, podré desarrollar estrategias efectivas.*De vez en cuando, alguien se pone en contacto porque ha visto nuestra página Web.*Las fotos son muy buenas.*Soy consciente de los cambios que hay que hacer de forma continua para adaptarme, e intento informarme y formarme al respecto.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">*En la zona, región o país donde me desarrollo, el marketing en Internet aún no está muy desarrollado.*Mi competencia aún no desarrolla estrategias efectivas, orientadas a potenciar las ventas o contacto a través de Internet.*Las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta efectiva a la hora de potenciar las empresas y/o el branding, profesional.*Mi cliente potencial utiliza cada vez más Internet para comprar o tomar sus decisiones de compra.

Ya disponemos de información necesaria para comenzar a trabajar y sobre todo, uno de los objetivos de este e-book, es que aprendas a utilizar esta herramienta, orientada a potenciar tu negocio a través de Internet, ya que te permitirá ver la parte interna de tu empresa y el entorno, desde otro punto de vista y te ayudará a tomar las decisiones importantes de cara al futuro y en función de los objetivos que desees alcanzar.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Análisis del Diagrama

Una de las claves para sacarle el mayor rendimiento a esta herramienta, es comenzar a trabajar con las debilidades internas, ya que estas características son las más asequibles y sencillas de comenzar a trabajar y de posibles cambios de mejora.

Además, los cambios que nosotros podemos realizar en nuestra Web, para desarrollar un Internet Marketing con garantías y alcanzar los objetivos planteados, es trabajar y cambiar la página Web, que en definitiva es nuestra parte interna, que dependerá en gran medida a nuestro entorno.

Para mejorar el entendimiento general y decidir ciertos caminos a seguir, es conveniente trabajar de forma paralela con las fortalezas internas, ya que en muchas ocasiones nos dan claves de posibles caminos a seguir, para fortalecer dichas necesidades.

De forma instintiva podemos ver nuestras debilidades internas y ya tomar ciertas decisiones en una línea determinada, pero si además tenemos la información de las fortalezas internas en un mismo diagrama, podemos aprovechar esta información y combinarlas, para reforzar las decisiones de cara a solucionar nuestras debilidades.

Análisis interno	Análisis externo
Debilidades <ul style="list-style-type: none">*La Web no comunica en línea con la característica principal de la empresa, que es el trato personalizado y la calidad.*Carece de estrategias efectivas diseñadas para captar a un determinado cliente potencial, como el video marketing, e-mail marketing, etc.*El colocar precios como estrategia principal puede ser un error ya que hay que tener muy claro que dichas ofertas sean las mejores del mercado, sino se puede estar en una dinámica de desconfianza.*Imagen física poco cercana*No encuentro los productos que puedo tener al adquirir mis productos*Poca inversión en marketing efectivo*Control bajo al costo de su hosting	Amenazas <ul style="list-style-type: none">*Mi competencia más directa ha cambiado su página Web y han desarrollado estrategias más agresivas y atractivas que la mía.*Mi competencia está desarrollando campañas de Google Adwords, y los encuentro en cada búsqueda que realizo.*No logro conectar con mi cliente potencial.*Mi medio de mercado es la tercera edad y en general no utilizan Internet.*He encontrado a una empresa de mi sector que cambió radicalmente su estrategia y ofrece sus servicios de una forma diferente.*Nunca imagine que la competencia pudiera vender los servicios directamente a través de Internet.*Mi competencia más directa ha comenzado a vender a través de Internet con un 10% de descuento. Creo que esto me hará daño.
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">*Con realizar pocas modificaciones, podré desarrollar estrategias efectivas.*Desde el momento que alguien se pone en contacto porque ha visto mi página Web.*Ellos son muy buenos.*El conocimiento de los cambios que hay que hacer de forma continua para adaptarse e intentar informarme y formarme al respecto.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">*En la zona, región o país donde me desarrollo, el marketing en Internet aún no está muy desarrollado.*Mi competencia aún no desarrolla estrategias efectivas, orientadas a potenciar las ventas o contacto a través de Internet.*Las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta efectiva a la hora de potenciar las empresas y el branding profesional.*Mi cliente potencial utiliza cada vez más Internet para comprar o tomar sus decisiones de compra.

Si nos basamos en este ejemplo, vemos que **la página Web no comunica** en línea con la filosofía de la empresa. También podemos resaltar que con realizar pocos cambios, podré efectuar estrategias efectivas, aunque no tengo el control absoluto de mi página Web.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Este ejemplo me permite tener una visión general de la situación y me marca posibles caminos a seguir, para aplicar estrategias efectivas.

La primera decisión sería hablar con la empresa que realizó la Web y llegar a un acuerdo con ellos. O me dan las claves de acceso a mi hosting o negocio sobre la posibilidad de que me realicen cambios constantes por un precio razonable. Esto dependerá de la estrategia que se desee implantar.

Como segundo paso se que las fotos las dejaré porque están en línea con la filosofía de la empresa.

Este pequeño análisis me permitió ordenar un poco más las ideas, aunque este es solo el principio de esta metodología de trabajo.

Para mejorar aún más esta herramienta, también puedo combinar las debilidades internas con las oportunidades externas, ya que esto me permitirá tener una visión mucho más amplia del entorno que me rodea, y saber aprovechar dichas oportunidades externas a la hora de tomar mis propias decisiones.

Análisis interno	Análisis externo
Debilidades <ul style="list-style-type: none">*La Web no coincide en línea con la característica principal de la empresa, que es el trato personalizado y la calidad.*Carece de estrategias efectivas diseñadas para captar a mi determinado cliente potencial, como el video marketing, email marketing, etc.*El colocar precios como estrategia principal puede ser un error, ya que hay que tener muy claro que si las ofertas sean las mejores del mercado, sino se puede estar en una dinámica de desconfianza.*Imagen de falta de profesionalidad.*No encuentro los productos que puedo tener al alcance de mis productos.*Poca inversión en el marketing efectivo.*Control bajo al precio de su hosting.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">*Mi competencia más directa ha cambiado su página Web y han desarrollado estrategias más agresivas y atractivas que la mía.*Mi competencia está desarrollando campañas de Google Adwords, y los encuentro en cada búsqueda que realizo.*No logro conectar con mi cliente potencial.*Mi sitio de mercado es la tercera y en general no utilizan Internet.*He preguntado a una empresa de mi sector que cambió radicalmente su estrategia y ofrece sus servicios de una forma diferente.*Nunca imagino que la competencia pudiera vender los servicios directamente a través de Internet.*Mi competencia más directa ha comenzado a vender a través de Internet con un 10% de descuento. Creo que esto me hará daño.
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">*Con ciertas modificaciones, podré desarrollar estrategias efectivas.*Desde el momento que alguien me tiene en mente porque ha visto algo en la Web.*Estos son muy buenos.*El conocimiento de los cambios me ayudará a tomar de forma constante para adaptarme al momento y formarme al momento.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">*En la actualidad es allí donde me desarrollo, el marketing en Internet aún está muy desarrollado.*Mi competencia aún no desarrolla estrategias efectivas, orientadas a potenciar las ventas o contacto a través de Internet.*Las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta efectiva a la hora de potenciar ventas empresas y el cliente potencial.*Mi cliente potencial utiliza cada vez más Internet para comprar o tomar sus decisiones de compra.

“Ya decidí realizar cambios y hable con mi Web master. Ahora utilizo las oportunidades externas para seguir afinando el camino a seguir en función a mis objetivos.”

Si observamos las oportunidades externas me dice que mi competencia aún está un poco verde en relación a estrategias a través de Internet con objetivos puntuales. Además me está diciendo que mi cliente utiliza cada día más Internet para comprar o tomar sus decisiones de compra.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Esto es una pista que refuerza aún más que debo trabajar hacia una línea determinada y apoyarme en estrategias de marketing en Internet. Pero también me está diciendo que las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta fundamental a la hora de **potenciar las relaciones y el branding empresarial y profesional**.

Ya me está dando información importante hacia posibles estrategias puntuales que me permitirán desarrollar mi estrategia general. **Las Redes Sociales**.

Pero aún nos queda un punto de referencia importante a tener en cuenta.

Utilizaremos la información de **Amenazas externas** para tomar las decisiones, que me permitirán potenciar mis debilidades Internas, ya que preciso de esta información para ver que amenazas tiene mi entorno y tomar mis decisiones lo más alejadas posible de dichas amenazas.

Análisis interno	Análisis externo
Debilidades <ul style="list-style-type: none">*La Web se conecta en línea con la característica principal de la empresa, que es el trato personalizado y la calidad.*Carece de estrategias activas diseñadas para captar a un determinado cliente potencial, como el video marketing, e-mail marketing, etc.*El colocar precios como estrategia principal puede ser un error, ya que hay que tener muy claro que las ofertas sean las mejores del mercado, sino se puede entrar en una dinámica de desconfianza.*Imagen de alta calidad.*No encuentro los productos que puedo tener al adquirir estos productos.*Poca inversión en marketing efectivo.*Costes bajo al precio de su hosting.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">*Mi competencia más directa ha cambiado su página Web y han desarrollado estrategias más agresivas que las de mi empresa.*Mi competencia está desarrollando campañas de Google Adwords, los encuentro en cada búsqueda que realizo.*No logro conectar con mi cliente potencial.*Mi nicho de mercado es muy cercano a los grandes competidores.*He localizado a una empresa de mi sector que cambio radicalmente su estrategia y ofrece sus servicios de una forma diferente.*Nunca imaginé que la competencia pudiera vender los servicios directamente a través de Internet.*Mi competencia más directa ha comenzado a vender a través de Internet con un 10% de descuento. Creo que esto me hará daño.
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">*Con realizar pocas modificaciones, puedo desarrollar estrategias activas.*Dentro de su mundo, algunas personas me contactan porque he visto mejor para la Web.*Líderes son muy buenas.*Soy consciente de los cambios que hay que hacer de forma constante para adaptarse al entorno informático y formarme al momento.	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">*En la zona de Internet donde me desarrollo, el marketing en Internet aún está muy desarrollado.*Mi competencia aún no desarrolla estrategias efectivas, orientadas a potenciar las ventas o contacto a través de Internet.*Las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta efectiva a la hora de potenciar las empresas y el branding personal.*Mi cliente potencial utiliza cada vez más Internet para comprar o tomar sus decisiones de compra.

Una de las amenazas externas me dice que parte de la competencia está utilizando **Google Adwords** para su estrategia. Esta información es muy importante porque veo que caminos está siguiendo. Ahora el camino puede estar en la misma línea e intentar mejorar la misma estrategia, y/o hacerme fuerte a través de las Redes Sociales.

Otra amenaza importante es que una empresa competidora ya está vendiendo a través de Internet y lo hace con descuentos directos del 10%. En primer lugar podemos calcular que porcentaje de gastos fijos y variables se reducen, vendiendo a través de Internet. Hablo de formas de pago al contado, transporte a cargo del cliente, la reducción de personal que se necesita para vender un determinado volumen, etc., y sabré perfectamente si es posible dicho descuento, o corre por cuenta de los beneficios personales del empresario que ya está realizando dicha estrategia.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Otro dato importante es que el cliente que utiliza productos de geriatría es la tercera edad, y no suelen disponer de conocimientos de Internet.

Bueno, en realidad esta información tiene trampa, ya que en general, el perfil de cliente que compra suelen ser los gerentes de las residencias y ortopedias, que si suelen buscar y comparar a través de Internet, y si nos movemos directamente con el particular, podemos observar que en general los abuelos no compran directamente este tipo de productos, sino que lo hacen los hijos o algún familiar directo, por lo que en realidad el cliente potencial si suele utilizar Internet, aunque el usuario final no.

El cuestionario

Como ya hemos podido observar, la información general que necesitamos se divide en cuatro partes ya mencionadas y trabajadas anteriormente, **como son las debilidades y fortalezas internas y las oportunidades o amenazas externas.**

Con trabajar cada una de forma consciente, analizando, preguntando o investigando, tendremos la información suficiente como para comenzar a trabajar en una línea determinada.

Pero también podemos apoyarnos a través de cuestionarios más precisos que nos orientan y profundizan un poco más que información colocar en dicho diagrama. Este tipo de cuestionarios están diseñados para personas no profesionales en este tema, que les ayuda en la búsqueda de información con ciertas garantías.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Este cuestionario que se presenta a continuación, ayudará a aquellas personas que desean aplicar el diagrama DAFO y necesitan un apoyo extra.

Análisis interno	Análisis externo
Debilidades *Mencione los valores más importantes que tiene su empresa o su proyecto empresarial. *En qué puntos piensa que debería mejorar su página Web o sus estrategias Web *En comparación a la competencia, ¿qué debilidades cree usted que tiene su página Web o su estrategia Web? *Según usted, ¿Cuáles son en la actualidad las debilidades internas o puntos débiles principales de su estrategia Web?	Amenazas *¿Cuáles son las amenazas externas más importantes que actúan o pueden actuar, en contra de su empresa o proyecto empresarial, de cara a implantar o no, estrategias de marketing en Internet?
Fortalezas *¿En qué puntos piensa que es fuerte su Web o su estrategia Web? *Mencione los valores más importantes de la comunicación que desarrolla su página Web. *En comparación a la competencia, ¿qué fortalezas cree usted que tiene su página Web o su estrategia Web? *¿Cuáles diría usted que son las fortalezas internas o puntos fuertes más importantes, que han llevado a su empresa a la posición que ocupa hoy en día? (Por ejemplo Número de visitas, de contactos o de ventas al día, etc.)	Oportunidades *Plantee las oportunidades reales que le ofrece el entorno, de cara al desarrollo de una estrategia Web efectiva.

Resumen del análisis de la empresa “Top Geriátricos”

Hasta aquí hemos visto el diagrama DAFO de la empresa “Top Geriátricos” y lo analizamos en función a la información de dicho diagrama y aplicamos el potencial que tiene esta herramienta a la hora de gestionar y relacionar la información segmentada.

Hay que tener en cuenta, que cuando se realiza esta metodología de trabajo, un porcentaje pequeño serán **ideas nuevas**, gracias a la intersección de información estratégica. Otro porcentaje mayor, serán ideas que tenía rondando en mi cabeza y esto me ha ayudado a reforzarlas. Y por último, **me dará información** que desde mi punto de vista no serán aplicadas a mi empresa, pero me pueden dar pie a otras ideas que si se adaptan a la filosofía de mi empresa o mi proyecto empresarial.

Teniendo claro este concepto, podemos profundizar un poco más el resultado del análisis.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Volviendo al Diagrama, observamos que el cruce de información me ha servido para visualizar mis debilidades internas de una forma segmentada, ya que una de las ventajas que tiene esta herramienta, es que fuerza a un empresario a pensar y a escribir sus debilidades.

Para destacar observamos que la web no comunica en línea con la filosofía de la empresa y que carece de estrategias en función al cliente que se desea captar. También el colocar precios en el home como estrategia principal, además de correr un riesgo de ser visitado por un determinado cliente potencial, el cual descarta el ponerse en contacto porque los precios no le encajan, también dicha estrategia no se corresponde con la característica principal de esta empresa, que es el **trato y el servicio personalizado**.

Ya sabemos nuestras debilidades internas y las tenemos por escrito. Ahora veremos nuestras fortalezas y el entorno de nuestra empresa, lo que nos dará una visión más amplia de la posición que ocupamos, en relación al mercado, que son los clientes y la competencia.

Como fortaleza solo puedo destacar que con realizar pocos cambios, podré aplicar una estrategia en mi página web, en línea con las necesidades de mi cliente potencial y podré diferenciarme de mi competencia.

Ahora si observamos el entorno, vemos que mi competencia más directa está tomando acciones de marketing en internet en relación a Google Adwords y suscripción voluntaria, para captar y segmentar una lista de clientes potenciales, aunque observamos que no la desarrollan bien. También se descubrió que una empresa de la competencia, está vendiendo por internet y ha bajado un 10% sus precios.

Por otro lado observamos que las Redes Sociales son un escaparate muy bueno para potenciar el branding profesional y empresarial.

Con esta información ya puedo ver con claridad posibles caminos a seguir que me permitan alcanzar mis objetivos puntuales y generales.

Por lo que **debo potenciar y cambiar la página web** en línea y en equilibrio con la filosofía de la empresa. Me refiero a que tengo que potenciar y comunicar la característica que tiene mi empresa y en la que puedo ser el mejor en el mercado, en relación al perfil y a las necesidades de mi cliente potencial.

Las Redes Sociales puede ser una buena estrategia para potenciarla, pero pensaremos en ello cuando hayamos conseguido construir una estrategia efectiva en la web, y luego si, trabajar estrategias externas, donde la página web, será una base fundamental de dichas estrategias.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Hasta ahora se ha hablado de **suscripción voluntaria** o e-mail marketing como posible estrategia, porque mi competencia ya había apostado a ello. También descubrimos que una empresa de la competencia estaba trabajando con campañas de Google Adwords o pago por clic, e incluso vendía sus productos a través de internet.

Teniendo esta información, **podremos diseñar una estrategia única** que mejore todas las estrategias juntas de las empresas de la competencia.

Hasta ahora no se habló de Videos. Esto es una noticia muy buena!!!

El video marketing es una estrategia en internet que potencia el acercamiento y la confianza con el cliente que queremos captar. Además podemos trabajar diferentes mensajes, en función al producto o servicio que queramos ofrecer, entre otras muchas ventajas.

Un video en el home o inicio de mi página web donde puedo presentar a mi empresa de una forma profesional y cercana, nos pondrá un escalón por delante de mi competencia.

Si además ofrezco cada producto con un video, que lo puede grabar y editar cada uno, tendré más posibilidades de vender porque daré más confianza y credibilidad a lo que estoy ofreciendo.

En relación al **formulario de suscripción**, también podemos colocar un formulario, pero regalaremos algo para que la gente se suscriba y así ayudar a los clientes potenciales a dar ese paso que les falta para que coloquen sus datos. Por ejemplo un descuento especial en la primera compra en forma de bono o venta directa, o un libro digital o un video explicativo, acerca del funcionamiento de un producto que estoy ofreciendo.

También en el **Home**, podemos resaltar los **beneficios** de los productos de geriatría, en línea con la característica fundamental que tiene mi empresa y es reconocida en el mercado.

Otras de las posibles estrategias donde puedo destacar, es ofrecer un producto determinado, realizar una **página de aterrizaje** y potenciarlo a través de campañas de **Google Adwords**, con lo que me acercaré a ese cliente potencial que busca a través de internet.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Análisis DAFO o FODA aplicado al Marketing en Internet

Como podemos observar, la información básica que hemos manejado, nos permitió saber con exactitud que debilidades y fortalezas teníamos y las de mi entorno. También descubrimos que estrategias utiliza nuestra competencia más cercana, pero sobre todo que estrategias no utiliza.

Esto nos abre posibles caminos por donde trabajar estrategias efectivas. Es cuestión de saber realizar y analizar el Diagrama o Análisis DAFO o FODA, y trabajar estratégicamente hacia los objetivos que queremos o necesitamos cumplir.

Resumen general

En resumen, la estrategia y la clave de esta herramienta, es que en un solo diagrama que se encuentra segmentado estratégicamente en la parte interna y el entorno de mi empresa, podemos visualizar de forma sencilla toda la información en relación al punto que yo quiero o necesito potenciar. En este caso el marketing en Internet.

A partir de aquí, solo se trabajarán con las debilidades internas de la empresa porque son las responsables de que mi empresa no sea rentable en Internet, o no tenga las visitas necesarias, ni la estrategia necesaria, entre otras muchas características o en este caso debilidades.

Y utilizaré estratégicamente el resto de la información porque me irán ayudando y guiando hacia objetivos concretos que necesito potenciar. Esta **es la clave fundamental** del Diagrama DAFO.

En este caso trabajamos con un ejemplo real de una pequeña parte de la información, para su análisis y entendimiento, pero el concepto fundamental de esta herramienta es segmentar y ordenar la información y trabajarla en un solo diagrama, lo que nos permite visualizar el estado de mi empresa desde diferentes perspectivas.

En este caso utilizamos el diagrama DAFO o FODA, para trabajar con un tema específico, como es el marketing en Internet, pero esta herramienta se puede aplicar también en diferentes temas específicos o generales dentro de la empresa, para ayudarnos a tomar decisiones como por ejemplo, potenciar las ventas o diferenciarse de la competencia, entre otros posibles temas que nos interesan.

Para los consultores de empresas, es una herramienta clave y fundamental porque sin disponer de mucha información acerca de la empresa, tenemos información puntual y estratégica de un determinado tema que debemos trabajar y mejorar, y nos ayuda para determinar ciertos caminos a seguir con garantías de éxito.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Para un empresario o gerente que si sabe perfectamente la historia y filosofía de su empresa, le ayuda a segmentar y ordenar un determinado tema puntual que necesita potenciar o mejorar, ya que el tener tanta información mezclada en la cabeza, hace que en muchos casos se tomen decisiones desde la intuición o el instinto.

Conclusiones

Como conclusión general podemos decir y afirmar que el **Marketing en Internet** se ha convertido en una necesidad para todas las empresas que necesitan **potenciar sus ventas, mejorar la imagen, diferenciarse de la competencia, profesionalizar sus decisiones, ser más competitivas y más rentables**, entre otras posibles características o mejoras.

Hace algunos años, mi cliente potencial eran las grandes empresas, luego las medianas empresas vieron la necesidad de tomar decisiones estratégicas en esta línea. Pero hoy en día me encuentro que las **pequeñas empresas y los emprendedores**, ya **son conscientes** del camino que tienen que seguir, para que su modelo de negocios se desarrolle con **garantías reales de éxito**.

En este momento mis clientes actuales son una empresa de instalación de fibra óptica con cinco empleados, una empresa de distribución de productos de geriatría con dos empleados, una empresa de belleza con cinco empleados, un hotel con seis empleados, un negocio de muebles de cocina con cinco empleados, una distribuidora de sillas para hoteles y restaurantes con tres empleados, una empresa que prepara y distribuye un alimento para bares y restaurantes con un empleado, entre otras empresas con un perfil similar, en cuanto a tamaño.

Como podemos observar los empresarios de las pequeñas empresas, ya están **tomando conciencia** de la importancia que tiene el marketing en Internet, para el desarrollo del futuro de sus empresas, y dichos empresarios me comentan en las reuniones que mantenemos, que desean que su empresa se diferencie de la competencia, sea **más competitiva** y por supuesto **que vendan más**, a través de Internet.

Por lo que el primer paso a seguir es aplicar una herramienta sencilla y muy efectiva como el Análisis o **Diagrama DAFO o FODA**, que me permitirá a mi y a mis clientes, visualizar las debilidades y fortalezas de mi empresa y del entorno, y decidir los posibles caminos a seguir para transformarlos en **AUTOVÍAS**.

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Si deseas darle un giro estratégico a tu empresa para que no sea vulnerable a los constantes cambios del mercado, ponte en contacto y personalmente te resolveré todas las dudas que tengas al respecto. Recuerda que planificar las acciones de tu empresa para que sea más competitiva y rentable, es la base hacia una profesionalización responsable de la misma. Un equipo de profesionales cualificados me acompañan para ofrecerte las herramientas y soluciones estratégicas, porque el cambio hacia la profesionalización y competitividad, si es posible.

Si tu página Web no tiene los resultados que esperabas o tienes un nuevo proyecto empresarial y no sabes que estrategias seguir para que tu Web tenga los resultados que necesitas, puedes informarte de nuestro servicio exclusivo “Estrategias Web Inteligentes”.

Te entregamos tu empresa online llave en mano y funcionando con tráfico segmentado. Un equipo de consultores diseñan una estrategia efectiva en función de las necesidades de tu cliente potencial y la trasladan a una página Web. Una vez que esté online, se diseña una campaña de Google Adwords y Redes Sociales apoyada por páginas de aterrizaje específicas.

No pierdas tiempo y dinero y orienta el futuro de tu empresa por una estrategia efectiva.

www.estrategiaswebinteligentes.com

Mi campo de acción: España y Latinoamérica



Claudio Ponce es consultor de Marketing Estratégico, especializado en Potenciar las Ventas a través de la Innovación y Diferenciación Comercial. Creador del Programa “**Decisiones Estratégicas**”, programa On line que te permite tomar las decisiones acertadas para potenciar las ventas, mejorar la competitividad y diferenciarte de la competencia. **Dicho programa se combina con video conferencias personales con Claudio Ponce.**

Director de **EMV Consultores** y **Diferenciatuempresa.com**

Tel. 91.129.75.08

Madrid

Email: cponce@claudioponce.com

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.

Pica el link para seguirme a través de:

Diferencia

TU EMPRESA.com

<http://www.diferenciatuempresa.com/>

facebook

<http://www.facebook.com/home.php?#/claudio.ponce?ref=profile>

twitter



<http://twitter.com/ClaudioPonce>

You Tube

<http://www.youtube.com/user/claudioponce5>



http://www.linkedin.com/myprofile?trk=hb_side_pro

XING
POWERING RELATIONSHIPS

https://www.xing.com/profile/Claudio_Ponce

<http://www.diferenciatuempresa.com> Web/Blog de videos y artículos para que potencies las ventas de tu empresa y te diferencies de la competencia.