

## } Analice a su competencia |

**Autor:** Penélope García (Responsable de Marketing de FIM)

Cuando un emprendedor se decide a montar un negocio en Internet, es fundamental que empiece por analizar a la competencia, es decir, la forma de trabajar, la atención al cliente, formas de pago... pero, ¿por dónde podemos empezar?

Si no conocemos ninguna empresa de características similares a la nuestra, en primer lugar deberemos realizar una investigación en diferentes buscadores nacionales ([www.yahoo.es](http://www.yahoo.es) [www.elcano.es](http://www.elcano.es)) e internacionales ([www.altavista.com](http://www.altavista.com)) por sectores y por palabras clave. Además, podremos ampliar la búsqueda a portales generales como Terra ([www.terra.es](http://www.terra.es)) o a portales más específicos del sector que nos interesa.

Una vez localizada a nuestra posible competencia, deberemos estudiar su forma de actuar y comercializar: realizar algún pedido para ver el funcionamiento de su canal de distribución y forma de pago; estudiar su relación con el cliente...

De cada uno de nuestros competidores será importante conocer su nombre, URL, audiencia, atractivo de sus páginas, recursos que utiliza, publicidad que realiza y alianzas estratégicas con otros Sitios.

Por otro lado, podremos visitar sus Meta Tags o etiquetas creadas para que los robots de los motores de búsqueda las lean y sitúen la página web en la sección específica dentro de su portal. Para ver sus Meta Tags habrá que seleccionar, una vez dentro de su página web, en la barra de herramientas del navegador, donde dice Edición-Servicios-Manual.

Es importante estudiar las palabras clave con las que se es reconocido en los buscadores. Hay que tener en cuenta que, dependiendo del buscador, le permitirá insertar más o menos palabras, y que algunas de éstas deben ser generales, y otras más particulares del sector de actividad.

En las Meta Tags de la competencia podrá encontrar las palabras clave que ellos están utilizando y ver si encajan con las que desea incorporar.

Otra forma de conocer el sector, la competencia y el comercio electrónico en general es apuntarse a algún grupo de discusión o a una lista de distribución.

Una de las webs que ofrecen este servicio de forma más completa y por sectores es [www.e-listas.com](http://www.e-listas.com) donde se puede escoger la lista que más se asemeja a sus necesidades y darse de alta.

Asimismo, es interesante la suscripción a algún medio de comunicación online para que le envíen, diariamente, un resumen de prensa. Recomiendo suscribirse a uno de información general, a otro de prensa económica y a alguna revista especializada en el sector que más le interesa.

Un servicio muy útil es el que ofrece servicios de prensa a la carta, o sea que usted escoge la información que más le interesa y es únicamente la que le envían, del estilo a [www.mynews.com](http://www.mynews.com).

El conocimiento de su competencia es lo que le favorecerá a la hora de definir los objetivos de su empresa y elaborar las estrategias a seguir. Espero que con estas sugerencias le sea mucho más fácil.