

Como preparar una solicitud de investigación de mercado

Introducción

Las instrucciones para solicitar una investigación de mercado es un formato que delinea las necesidades y requisitos de la investigación de mercado. Normalmente se envían a una o más agencias de investigación de mercados, como DE LA RIVA INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA que responde a dichas instrucciones. La propuesta le indicará el diseño de investigación que se recomienda para solucionar el problema, a qué costo, y en que tiempo.

A estas instrucciones para solicitar una investigación de mercado algunas veces se les denomina RFP's (Request for proposal - Solicitud de propuesta) o RFQ's (Request for quotation - solicitud de cotización). A la solicitante resultante también se le puede denominar oferta pública, especialmente en el caso de gobierno u organizaciones públicas.

A continuación aparece una guía paso por paso para preparar las instrucciones para solicitar una investigación de mercado.

Paso 1 – Identificación del problema

El primer paso sería identificar el problema u oportunidad básica. Escuchar, hacer preguntas, obtener las definiciones exactas de los términos que se están utilizando y eliminar cualquier ambigüedad. Tratar de entender con claridad los objetivos de su empresa, y

el por qué necesita emprender una investigación para alcanzar tales objetivos.

Esto implicará platicar detalladamente con la gente que utilizará el resultado de la investigación. A mayor conocimiento tenga la agencia de investigación sobre el usuario final de la investigación, mejor podrá satisfacer sus necesidades. Tómese su tiempo para comprender totalmente los antecedentes de la solicitud y las decisiones que tomará.

Paso 2 – Selección de sus agencias

Puede enviar las instrucciones para solicitar la investigación a una agencia con la que ya haya tratado antes, o a oferta pública con la competencia. Normalmente se invitan tres agencias a participar, pero si ese fuera el caso, se les deberá informar que las ofertas estarán en competencia.

Asegúrese de que las agencias seleccionadas cuenten con recursos y experiencia en los campos que se manejarán. Puede ver la Guía de agencias de AMAI (en México) o de ESOMAR.

Paso 3 – Redactar las instrucciones

Es importante tener las instrucciones por escrito ya que expresan los problemas claramente y de manera definida, lo que permite a la agencia preparar una respuesta adecuada.





Tendrá que incluir la siguiente información:

Antecedentes

Deberá contener un examen de los puntos del negocio que forman las bases para el estudio de la investigación de mercado. También resulta útil hacer un resumen de cualquier investigación anterior que se haya llevado a cabo.

Objetivos comerciales

Explicar claramente los objetivos comerciales clave de las instrucciones para solicitar la investigación. ¿Qué tipo de decisiones espera poder tomar como resultado de la investigación?

Objetivos de la investigación

Proporcionar un pequeño esbozo de la meta general de la investigación. Deberá tratar que sus objetivos sean SMART (por sus siglas en inglés). Específicos, Susceptibles de Medición, Importantes y Oportunos. Por ejemplo, tenga cuidado para que sus objetivos sigan siendo realistas y no perder el enfoque sobre lo que se desea lograr con la investigación.

Requisitos de Información

Complementar los objetivos comerciales y de la investigación por medio de una lista que detalle la información necesaria para poder hacer la investigación.

Uso que se espera dar a los resultados

A esta sección algunas veces se le denomina como las aplicaciones de la investigación y debe explicar a la agencia la manera cómo se utilizarán los resultados del estudio.

Normas de Acción

Comparta con la agencia cualesquiera normas de acción contra las cuales se tomarán las decisiones. Por normas susceptibles de acción queremos decir que trate de decidir anticipadamente lo que sería un resultado bueno o malo. Prepárese para comentar y

examinar estas acciones considerando la experiencia de la agencia.

Información útil y puntos críticos

Asegúrese que las instrucciones para solicitar la investigación contengan la información que sea básica para que la agencia decida el enfoque y proporcione un estimado del costo y tiempo. Especifique dónde se realizará la junta previa, cuántas presentaciones se requerirán y cualquier otra información que considere sumamente importante.

Enfoque de la Investigación

Se refiere a la metodología a usar en la investigación. Se deberá exhortar a las agencias para que sugieran al cliente alternativas metodológicas, indicando porque se eligieron.

Lo que se proporcionará

Las instrucciones para solicitar la investigación deben especificar con exactitud lo que se espera que entregue la agencia. Se puede incluir:

- o Una presentación verbal
- o Un reporte
- o Otros entregables: filtros tabulares, asistencia a las juntas de avance, etc.

Tal vez quiera que la agencia solamente proporcione renta de cámaras de gessell, moderación, tal vez quiera un análisis del estudio, o tal vez también quiera asesoría y recomendaciones. Defina lo que espera recibir como resultado de la investigación.

Criterio para la selección de la agencia

Las instrucciones para solicitar la investigación deben incluir los criterios que se utilizarán para seleccionar las agencias. Será útil incluir referencias de proyectos y experiencias similares.

Si se ha convenido un presupuesto, puede





resultar útil dar a la agencia un indicio de la cantidad. De igual manera, si existen limitaciones de tiempo, éstas se deberán indicar para que se pueda utilizar la metodología adecuada.

Paso 4 – Evaluación de la propuesta

Valorar si las agencias han respondido de manera suficiente sus instrucciones, y han entendido los puntos incluidos. ¿Ofrecen una solución adecuada? ¿Tienen los recursos y la experiencia que se necesitan? ¿Son aceptables los honorarios? ¿Qué metodologías alternativas ofrecieron? Si no ha utilizado antes la agencia tal vez quiera que ellos lo visiten en su oficina y le ofrezcan una presentación de su propuesta. Esto le permitirá conocer mejor la agencia y su personal, lo cual es importante ya que estarán trabajando juntos.

Paso 5 – Selección de la agencia

Es una atención responder a las agencias que no fueron seleccionadas para llevar a cabo la investigación. Si puede proporcionarles retroalimentación, les será de valor para futuras propuestas. También es aconsejable confirmar con la agencia que resultó ganadora los servicios que le proporcionarán, los tiempos, metodología, precio, trabajos a entregar, y cualquier cambio

