

# Mapa perceptual de posicionamiento. Qué es y qué beneficios te aporta.

[29 junio, 2015](#)

[Definiciones Marketing](#)



*Compártelo en tus redes, padawan.*

¡Muy buenas padawan! ¿Qué tal? ¿Preparado para otro artículo de buen marketing? Seguro que sí.

Antes de nada, es posible que te hayas dado cuenta de que llevo bastante tiempo sin publicar, y sin ser activo en redes sociales, esto ha ocurrido porque he tenido problemas familiares tristes que me han impedido dedicarme diariamente a este blog, así que te pido disculpas por este infortunio.. y sin más os introduzco este nuevo artículo.

En esta ocasión voy a hablarte de los mapas perceptuales de posicionamiento y su importancia en las empresas. Voy a intentar explicarte cómo se hace uno para que tú también puedas desarrollarlo para tu propia empresa. ¡Ya verás qué útil es!

# Qué es un mapa perceptual de posicionamiento.

Antes de nada voy a explicarte **qué es eso del mapa perceptual de posicionamiento**, porque cuando yo lo oí por primera vez dije... “¿Pero esto qué es?! ¿Un mapa perceptual de qué? Yo era una novatillo en esto del marketing, y ahora mírame, escribiendo un artículo en mi blog sobre esto jaja Cómo me gusta vivir la vida.

**El mapa perceptual de posicionamiento es una técnica de investigación** que, desde el punto de vista del consumidor, **sirve para conocer qué beneficios diferenciales ofrece cada una de las marcas**. Y desde el punto de vista de la empresa, **sirve para conocer en qué posición se encuentra la empresa en la mente del consumidor** para realizar estrategias posteriores de marketing.



Obtén información sobre dónde estás para saber a dónde ir.

[Derechos de imagen: CCO Public Domain Pixabay](#)

Te pregunto algo ahora...

¿Te parece útil conocer la opinión de los consumidores sobre tu empresa? ¿Te parece útil conocer en qué posición se encuentra con respecto a tu competencia?

# Beneficios del mapa perceptual de posicionamiento.

Ahora que sabes qué es, **te voy a enumerar los beneficios** que puedes obtener si lo realizas correctamente en tu negocio. Sin duda alguna es una de las herramientas que más me gusta mostrar y realizar en mis trabajos.

## 1. Conoce a tu competencia.

Gracias al mapa perceptual de posicionamiento, **conocerás de primera mano en qué posición se encuentra tu competencia** con respecto a los ideales de los consumidores, con lo cual también puedes saber a qué distancia están de ti o cuál de los dos está más cerca.

[Mantén cerca a tus amigos, pero aún más cerca a tus enemigos. #mkt #competencia](#)

[Click To Tweet](#)

Una información importantísima que no puedes dejar escapar padawan. Seguro que te interesa saber qué empresa está más cerca del ideal de los consumidores. Y si no es la tuya tendrás que hacer algo, pero si nunca tienes ese datos... Seguirás haciendo lo mismo.

## 2. Conoce el ideal de tus consumidores.

Gracias al mapa perceptual de posicionamiento, podrás **conocer el ideal de producto/servicio de tus consumidores**. Es un dato realmente interesante ya que podrás saber si estás lejos o cerca de ese ideal.

[Lo primero es el consumidor. Inventar. Ser paciente. Jeff Bezos. #mkt #consumidor](#)

Luego podrás realizar estrategias y acciones de marketing para acercarte más a este ideal, pero si no conoces este ideal, no sabrás a dónde tienes que ir. Realmente interesante.

## 3. Descubre nuevos segmentos de mercado atractivos.

Gracias al mapa perceptual de posicionamiento, **sabrás si hay algún segmento en el mercado atractivo para tu negocio**. ¿Por qué? Porque verás que hay un segmento donde no hay competidores, o donde la competencia es baja, por lo que las necesidades de esos consumidores no estarán satisfechas del todo.

[Primero hay que encontrar el nicho de mercado y luego crear un producto remarcable. No al revés....](#)

Ahí es donde habrá una buena oportunidad de negocio y donde tu empresa puede triunfar, de ahí que se usa esta herramienta para analizar también el mercado, ya que da información muy valiosa.

## 4. Conoce tu posición en el mercado.

Gracias al mapa perceptual de posicionamiento conoces tu posición en el mercado, por lo que puedes optar por seguir realizando la misma estrategia o intentar cambiar para que te dé mejor resultado.

[Conoce tu posición en el mercado y sabrás si vas por buen camino o no. #mkt #mercados](#)

[Click To Tweet](#)

Puede ser que creas que estás bien posicionado y que la estrategia que has elegido es muy buena, pero puede ser posible que al realizar el mapa perceptual de posicionamiento te des cuenta de que el posicionamiento que tú crees, no es el que cree el consumidor que al fin y al cabo es el que compra...

## 5. Qué valores asocian los consumidores al producto.

Con el mapa perceptual de posicionamiento puedes asociar qué valores o características asocian como negativo o positivo los consumidores, lo cual, si lo piensas bien, es una información tremendamente importante, ya que sabiéndolo, podrás alejarte de los negativos y acercarte a los positivos.

[Ya no basta con satisfacer a los clientes; ahora hay que dejarlos encantados. Philip Kotler. #mkt...](#)

[Click To Tweet](#)

Puede ser que incurramos sin querer en la [miopía del marketing](#) y que creamos que nuestras características son las que más valoran los consumidores, pero... ¿Realmente estás seguro de que eso es así? Puede ser que no, así que esta herramienta te ayuda a conocer las asociaciones positivas y negativas que hacen los consumidores con respecto a tu producto o servicio.

## 6. Sirve para segmentar el mercado.

El mapa perceptual de posicionamiento te permite segmentar el mercado en base a los atributos o características que más y menos valoran tus consumidores.

[Hay una oferta para cada demanda. Florence Scovel. #mkt #frases](#)

[Click To Tweet](#)

Encontrarás que hay consumidores que prefieren un atributo y otros que prefieren diferentes atributos, y puedes ver si lo asocian positiva o negativamente con tu producto. Es una buena herramienta para diferenciar los distintos segmentos que se encuentran en tu mercado y poder enfocarte mejor.

# Ejemplo de Mapa Perceptual de Posicionamiento.

La siguiente imagen es un ejemplo de un mapa perceptual de posicionamiento. La foto es del mercado de cervezas en Estados Unidos y en ella se pueden observar varias marcas de cervezas representadas en un eje de coordenadas.

Este análisis se puede realizar con cualquier mercado y con cualquier producto, ya sea online o no.

**La semana que viene escribiré un post sobre cómo realizar un mapa perceptual de posicionamiento.**



Mapa perceptual cervezas de Estados Unidos

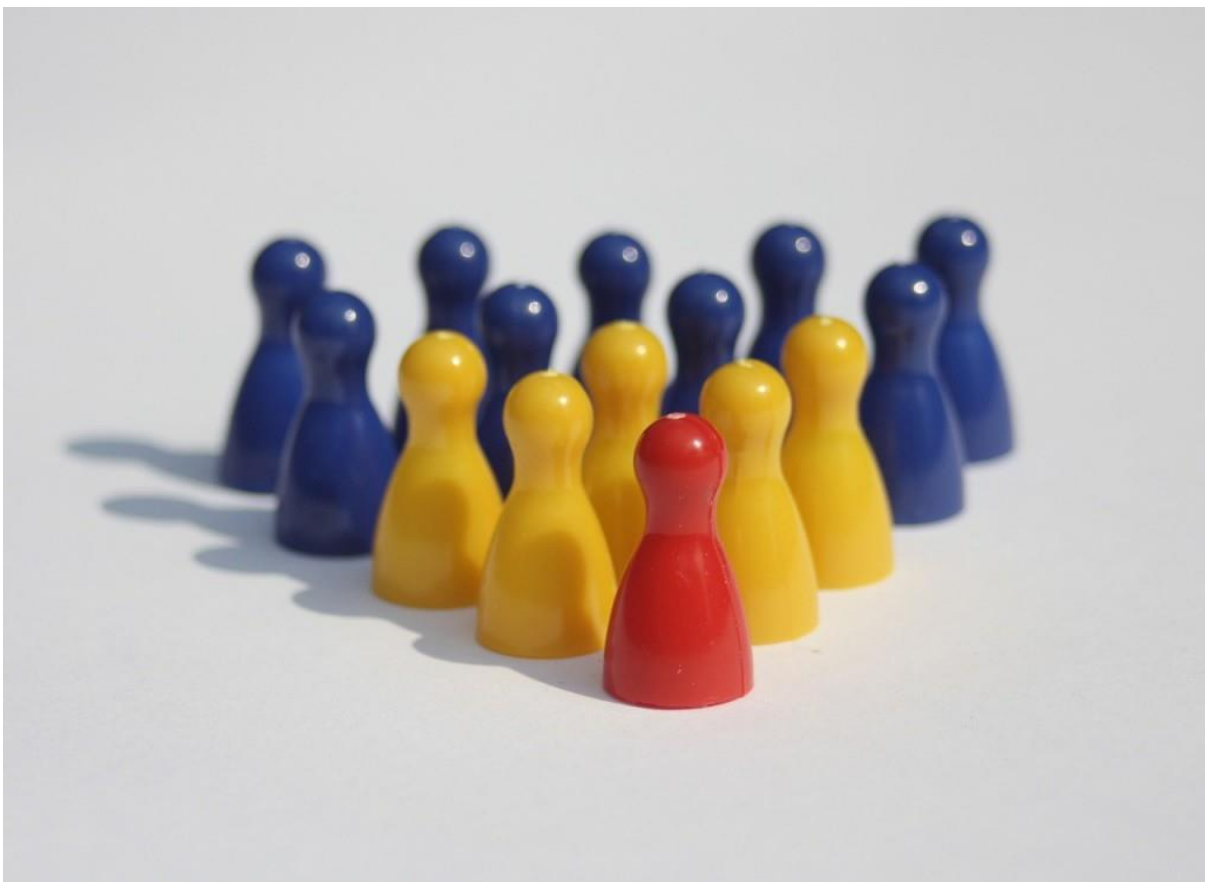
Fuente: [IMA, opinión y mercado.](#)

Supongamos que somos la marca “Budweiser” y después de la investigación de mercados hemos obtenido estas situaciones de cada marca en el mercado, pues podemos observar varias cosas:

- Si la estrategia de Budweiser era posicionarse como una marca con fuerte sabor, lo ha conseguido, ya que **está considerada como una de las cervezas con sabor más fuerte**. Sin embargo, si este no era su objetivo, gracias al mapa perceptual de posicionamiento se pueden dar cuenta a tiempo y cambiar de estrategia para reorientar el producto.



- **Gracias al mapa perceptual de posicionamiento observamos que el segmento Bajo coste-Suave tiene muy poca competencia**, tan poco que sólo está representada por la marca Old Milwaukee. Si fuera a lanzar un producto nuevo a este mercado, este segmento sería más atractivo que el otro ya que tiene más competencia y por lo tanto menos personas con necesidades satisfechas.
- Tiene un coste medio-alto para los consumidores ya que no tiene el coste de Heineken o Beck's, que son los más altos, pero está cercano a ellos, por lo que **se ha consolidado en esta posición un poco más barato**.
- También observamos que el segmento Premium-Fuerte es la que más competencia tiene actualmente, por lo que si fuéramos a lanzar un nuevo producto al mercado, **sería más inteligente buscar otro segmento o nicho de mercado**, ya que en éste están posicionadas ya marcas tan reconocidas como Heineken o Budweiser.



Conoce tu mercado y consumidores, harás que tu estrategia de marketing sea más efectiva.

[Derechos de imagen: CCO Public Domain Pixabay](#)

**¡No dudes ni por un segundo ponerte en contacto conmigo!** Si tienes una duda sobre el artículo, quieres comentarme cualquier tipo de cosa o quieres proponerme algo, pincha en el botón de aquí abajo y escíbeme tu consulta. A mí también me gusta estar en contacto contigo. Venga, ámate. 😊

Quiero ponermene en  
contacto contigo

Ha sido un honor estar en tu cabeza y escribir este post para explicarte cómo realizar una encuesta de satisfacción. **Te pido por favor que me dejes un comentario con tu opinión sobre el artículo y que lo compartas si crees que te ha parecido lo suficientemente interesante.**

**¿Qué te ha parecido el artículo?**

**¿Ya conocías esta herramienta anteriormente o es nueva para ti?**

**¿Estarías planteándote realizar un mapa perceptual de posicionamiento?**

**¡Cuéntamelo todo! ¡Hasta pronto padawan!**

