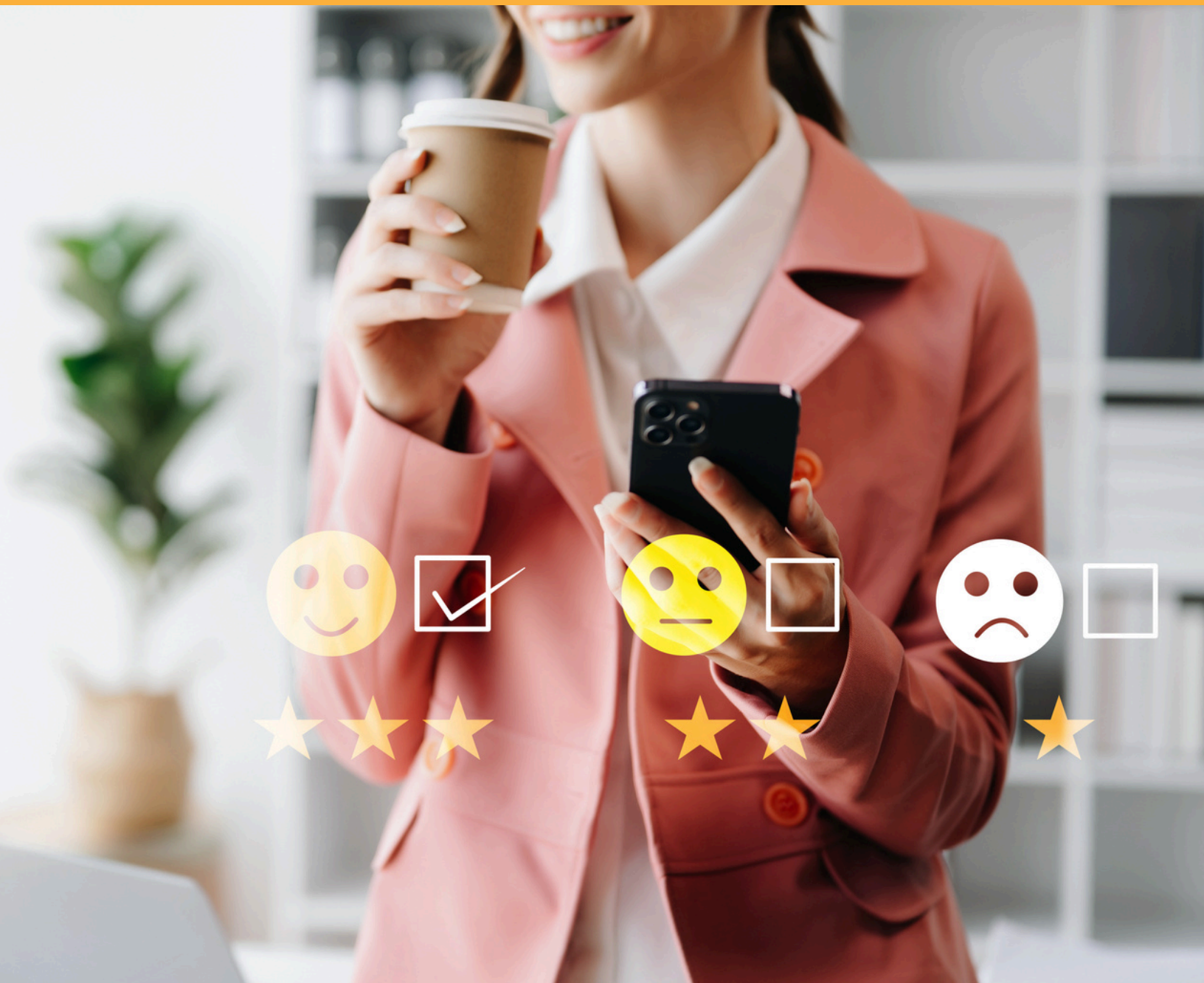


Tendencias globales: Búsquedas con intención y compras anticipadas



NÚMERO 26 | EDICIÓN JUNIO 2024 | BOLETÍN MENSUAL



RED DE BENEFICIOS

*¿Qué es la intención
de búsqueda?*

CALENDARIZACIÓN DE CURSOS

*4 verdades que te orientarán
a crear una mejor conexión
con tu audiencia*

DIRECTORIO COMERCIAL

Customer Journey

¿Qué son las búsquedas con intención de compra?

Entender qué es la intención de búsqueda y por qué es necesaria hoy en día es fundamental para poder obtener más ventas, y lograr una fidelización por parte del cliente hacia tu marca. Como bien lo dice su nombre es la intención de búsqueda, ya sea por internet o redes sociales, que tienen los consumidores para informarse de las opciones de algún producto o servicio, del que están interesados, antes de realizar su compra.

Pero, ¿los consumidores siguen la misma estrategia en todos los buscadores de internet?

Por ejemplo, un usuario pone en Google: “los mejores tenis para correr”, lo que hará este buscador será facilitar la respuesta a su intención de búsqueda con opciones a algunas páginas webs en las que le será posible adquirir ese producto. O también puede ser el caso en el que el usuario ya sepa la tienda en línea en donde lo va a comprar y busca dentro de esa página web. O quizá, prefiera primero irse a una red social para posterior buscar el producto en algún sitio web.

Para los emprendedores y/o trabajadores independientes resulta muy favorable el hecho de conocer qué es lo que buscan los consumidores y cómo lo buscan, de esta forma podrán ofrecerle al usuario un mejor servicio y experiencia de compra.

De hecho, cada vez más los usuarios se toman el tiempo de investigar en diferentes opciones un mismo producto para comprar en el lugar que mejor cuide su dinero y satisfaga sus necesidades.

Muchas veces estas compras anticipadas se realizan antes de que surja la necesidad, que tendrá lugar a medio o largo plazo. Esta estrategia comúnmente la realizan en artículos básicos o enfocados al cuidado de uso personal. Sin embargo, también la llevan a cabo cuando se anuncia un alza de precio.

Recuerda, para tener éxito en una compra anticipada, debes tener una buena planificación y estatus en tu página web. Utilizar esta herramienta te resultará muy útil para tu emprendimiento.

Editorial



Karen Pérez

Colaboradora de Sociedad Cooperativa

Q ¿Qué es la intención de búsqueda? x |

- Q Intención de búsqueda de navegación
- Q Intención de búsqueda informativa
- Q **Intención de búsqueda comercial**
- Q Intención de búsqueda transaccionar
- Q Intención de búsqueda en el SEO

La intención de búsqueda (también conocida como intención del usuario o intención de una palabra clave) es la razón por la que un usuario escribe una consulta concreta en un buscador.

Supongamos que alguien busca "mejor restaurante japonés" en Google, no intentan navegar a una página concreta ni quieren comprar un producto específico (al menos, no todavía), quieren investigar antes de decidirse por una opción.

Es decir, la palabra clave tiene intención comercial y puedes utilizar esta información para ajustar tu contenido y que satisfaga mejor las necesidades de tu audiencia.

-Vlado Pavlik

INTENCIÓN DE BÚSQUEDA DE NAVEGACIÓN

La intención de navegación significa que el usuario quiere encontrar una página concreta. A diferencia de otros tipos de intención, los usuarios saben con precisión lo que están buscando.

INTENCIÓN DE BÚSQUEDA INFORMATIVA

La intención de búsqueda informativa significa que el usuario quiere aprender algo. Estas búsquedas suelen formularse como preguntas y utilizan palabras como quién, qué, dónde, por qué y cómo.

INTENCIÓN DE BÚSQUEDA COMERCIAL

Incluye las palabras clave que utiliza tu público cuando investiga antes de comprar. La intención comercial se encuentra a medio camino entre la intención informativa y la transaccional. El usuario busca información, pero la información está estrechamente relacionada con la conversión.

INTENCIÓN DE BÚSQUEDA TRANSACCIONAL

Los usuarios quieren realizar una acción concreta, normalmente una conversión. A pesar de lo que su nombre indica, la intención transaccional no se limita solo a las compras. Por ejemplo, un usuario que hace una búsqueda transaccional puede querer suscribirse a una newsletter o descargarse un software.

INTENCIÓN DE BÚSQUEDA EN EL SEO (OPTIMIZACIÓN EN BUSCADOR)

El objetivo principal de los buscadores (como Google) es ofrecer resultados relevantes a los usuarios. Por tanto, si quieres posicionarte en Google, debes asegurarte de que tus páginas satisfacen la intención de búsqueda detrás de las palabras clave a las que te diriges.

LA PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

En la era digital actual, comprender la intención de búsqueda es más que nunca un factor crucial para el éxito del marketing online y el SEO. La motivación subyacente a cualquier búsqueda, es una compleja interacción de factores cognitivos, emocionales, sociales y tecnológicos. Va más allá de las simples palabras clave y profundiza en la psique del usuario, revelando lo que realmente quiere conseguir.



01 Qué es...

Se refiere al objetivo principal que tiene un usuario cuando introduce una consulta en un motor de búsqueda.

Comprender la intención de búsqueda es crucial para determinar qué quieren conseguir realmente los usuarios y cómo formulan sus búsquedas.

Esto puede conducir a mayores índices de clics, mejores tasas de conversión y una mayor satisfacción general de los usuarios. También influye en la clasificación de las páginas web por parte de los motores de búsqueda.

02 Importancia...

Al comprender la intención que subyace a las consultas de búsqueda, pueden optimizar sus contenidos, anuncios y experiencia de usuario para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los usuarios.



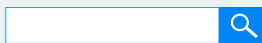
03 Cómo busca la gente...

Entender cómo busca la gente va mucho más allá de conocer las palabras clave adecuadas o hacer clic en los enlaces correctos. Requiere un profundo conocimiento de la mente humana y de cómo interactúa con la tecnología.

03

Esto incluye el modo en que los usuarios procesan la información, toman decisiones sobre qué palabras clave utilizar y cómo interpretan los resultados.

Search



El futuro de la intención de búsqueda es prometedor, con tecnologías emergentes como la IA y el aprendizaje automático que ofrecen nuevas oportunidades, pero también nuevos retos y responsabilidades.

04 Emociones...

Las emociones desempeñan un papel importante en cómo y por qué busca la gente. Comprender el contexto emocional de las consultas de búsqueda puede conducir a un diseño más empático y eficaz de los contenidos y las interfaces de usuario.



FUENTE: Ralf Van Veen/SEO

The customer journey (El viaje del consumidor)

Es el recorrido a través del cual un cliente potencial toma conocimiento, se relaciona e interactúa con los productos o servicios de una marca. Este proceso puede variar para cada consumidor y es a través de este viaje que las empresas buscan brindar una experiencia positiva y fluida en cada paso para atraer y retener a clientes con intención de compra.

¿Para qué sirve un mapa del viaje del cliente?

Nos ayuda a representar visualmente las cinco etapas por las que pasa el consumidor en nuestro negocio.

Gracias a esto podrás comenzar a fijar eventos clave para la compra, áreas de mejora y motivaciones de los clientes. Este mapa debe contener desde la primera toma de contacto hasta nuestro objetivo final que puede ser una compra, una llamada o adquirir un servicio.

Antes de poder definir este viaje necesitas conocer a tu tipo de comprador, creando uno o varios buyer persona (consumidor potencial). De esta manera lograrás ponerte en el lugar del comprador para adquirir toda la información sobre él de cara a planear el customer journey.



CONSCIENCIA

Esta es la etapa inicial en la que los clientes conocen tu negocio, producto o servicio. Es posible que lo descubran a través de varios canales, como publicidad, boca a boca, motores de búsqueda o redes sociales.



CONSIDERACIÓN

Una vez que los clientes conocen tu negocio, a menudo realizan investigaciones para recopilar más información sobre tus ofertas. Comparan alternativas, leen reseñas, visitan tu sitio web y buscan recomendaciones.



COMPRA

Una vez que el cliente se ha decidido, realiza la compra real. Esto podría implicar completar una transacción en línea, visitar una tienda física o participar en un proceso de venta con un representante.



COMPROMISO

Este paso implica que el cliente utilice activamente tu producto o servicio que ha adquirido. Pueden proporcionar comentarios o interactuar con tu empresa a través de varios canales.



RENOVACIÓN

Si el cliente tiene una experiencia positiva con tu producto o servicio, puede convertirse en un cliente habitual. Los clientes satisfechos pueden convertirse en defensores de tu negocio y recomendar tus productos a otros.

No suele ser un camino lineal, ya que hoy en día los consumidores suelen entrar en contacto contigo, comparar otras opciones y volver a revisar tu oferta por lo que podríamos decir que es algo más cíclico.

Es muy importante la forma en la que nos damos a conocer y la estrategia de comunicación que tenga tu empresa, ya que será la carta de presentación de los productos y una de las primeras cosas que verá el consumidor. Además de que será de gran ayuda en las fases posteriores a la venta.

Es una herramienta de gran utilidad para conocer un poco más a los clientes y poder ofrecer una experiencia de compra más enriquecedora y útil para el crecimiento de tu negocio.

FUENTE: Vlado Pavlik/Semrush Blog



Todas las marcas tienen un objetivo claro: conectar con los consumidores.

Por eso, se realizaron más de mil millones de búsquedas en Google que arrojaron verdades que abrirán nuevas oportunidades para que las marcas consigan una mejor conexión con sus audiencias.

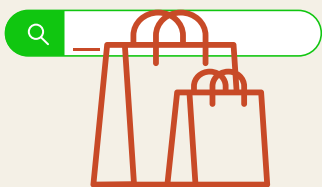
Fuente: Macarena Meliante/Insights

4 VERDADES QUE TE ORIENTARÁN A CREAR UNA MEJOR CONEXIÓN CON TU AUDIENCIA



41%

Tienen como propósito para este año **comer más saludable**



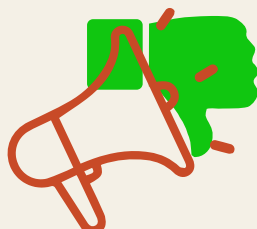
39%

Investiga más sobre sus compras



32%

Aseguran que están dedicando **más tiempo para realizar sus decisiones de compra**



34%

Piensen que **la publicidad refuerza los estereotipos** sobre la comunidad LGBTQIA+



HOY, EL 70% DE LAS PERSONAS REGISTRADAS EN YOUTUBE VEN CONTENIDO MULTIFORMATO

Enfocados en vivir el presente, los latinoamericanos buscan dosis diarias de pequeños lujos al alcance de su presupuesto. Además de pequeños placeres, esperan beneficios más inmediatos por parte de las marcas. Quieren disfrutar de ellas hoy. Por eso, los descuentos directos son hoy en día una excelente opción. La calidad-precio manda, y las marcas tienen que alinearse con estas expectativas más inmediatas.

Te recomendamos que conviertas a la IA en tu aliada para responder con una mayor agilidad a las necesidades cambiantes, a las nuevas tendencias y a la demanda personalizada en tiempo real.

Hoy, las personas están buscando valor e investigan con mayor intensidad y utilizando más puntos de contacto. Y este comportamiento influye en que planifiquen sus compras con más anticipación.

Actualmente las personas están cada vez más expuestas a un mayor número de opciones, las búsquedas crecen más rápido que las ventas reales. Pero ¿qué buscan? Obtener el mayor provecho de su compra. Por eso, están abiertas a considerar una mayor variedad de marcas y aquellas enfocadas en segmentos de mercado más específicos.

Tu misión es estar presente en el momento de consideración de los consumidores y, para conseguirlo, es fundamental que conozcan tu marca.

Hoy en día, las personas priorizan la relajación, el bienestar y las nuevas experiencias. Para afrontar el mundo que nos rodea, el cuidado personal ya no es negociable. Por eso, el 49% de los latinoamericanos declara que la razón para realizar un viaje es por los beneficios que trae a la salud física o mental.

Asimismo, los consumidores están cada vez más interesados en productos que les ofrezcan beneficios holísticos y en marcas que promuevan un bienestar inclusivo.

Por ende, apoyar el bienestar de las personas siempre será una opción de mejora para tu emprendimiento. También al crear un bienestar inclusivo, debe estar dentro de tu propuesta de valor para que cuando hagan esta búsqueda exhaustiva de tu marca se genere una experiencia agradable y esa compra culmine con éxito y en futuras compras.

Hoy las personas pueden buscar lo que necesitan, en el formato que más les conviene, y consumirlo con una intención empoderada. Y esa intención avanza sobre los viejos estereotipos. Si miramos los datos, podemos descubrir que un 39% de los hombres latinoamericanos (+23 pp en 2023 vs. 2022) están consumiendo videos sobre cuidado del cabello y un 25% están mirando videos sobre maquillaje (+14 pp en 2023 vs. 2022).

Desde 2020 están creciendo las búsquedas que incluyen los términos “mejor”, “confiable” y “opiniones”.

El gran desafío para las marcas es, precisamente, construir el camino hacia la personalización para empoderar a sus audiencias cuando más lo necesiten.

En un momento en el que la hiperpersonalización es la llave del éxito, las marcas que aprovechen el poder de la IA de Google se destacarán de la competencia. Gracias a la integración de datos, sus anuncios, precios y hasta paquetes de productos podrán alcanzar ese nivel de personalización que las personas esperan a una velocidad sin precedentes.

Sabemos que las necesidades y los intereses de las personas son cambiantes. Pero, también, que estas cuatro verdades te servirán como guía para anticipar su comportamiento. Así, podrás ofrecerle a tus audiencias la respuesta que esperan de tu marca y hacer crecer tu negocio más allá de lo dinámico que pueda ser el contexto.



Marketing predictivo

El marketing predictivo es el que usa diferentes técnicas para predecir el futuro comportamiento de los consumidores. Detecta patrones de compra que siguen los usuarios de una marca para conseguir darles una experiencia personalizada.

Se basa en dos pilares fundamentales: el big data y la inteligencia artificial. Las grandes empresas ya están usando esta táctica que se aprovecha de las nuevas tecnologías para conocer mejor los gustos de sus usuarios y hacer predicciones sobre sus futuras compras. Así, consiguen adelantarse a las necesidades que tendrán sus consumidores potenciales

¿Para qué sirve?

Podemos decir, sin miedo a equivocarnos, que la anticipación en marketing es útil, muy útil. Conocer cuáles son los productos que más van a triunfar entre los consumidores o los momentos álgidos de compra siempre se agradece.

Las funciones más destacadas del marketing predictivo son:

- Predecir patrones de compra y de consumo.
- Mejorar la experiencia de compra del usuario.
- Reactivar a clientes inactivos.
- Ofrecer promociones personalizadas.
- Recomendar determinados productos a usuarios específicos.
- Identificar clientes potenciales a través del cálculo del interés.

Fuente:Unir



Principales Ventajas:

Viendo este panorama y que el marketing predictivo es una técnica muy útil para predecir las acciones que realizarán los clientes. Entonces, ¿qué beneficios ofrece a las organizaciones? Podemos sintetizar las principales ventajas del marketing predictivo en las siguientes.

- Mejora la experiencia del usuario en la compra satisfaciendo sus necesidades.
- Consigue una publicidad mejor segmentada, con campañas personalizadas, lo que nos lleva al siguiente punto.
- Aumenta la frecuencia de compra de los usuarios al conocerlos mejor y recomendar productos específicos de su interés. El usuario presta más atención al recibir solo publicidad que le interesa.
- Consigue mayor rentabilidad que otros tipos de marketing e incrementa el retorno en menor tiempo.
- Permite adaptar los servicios a las tendencias o a las necesidades de cada momento, sacando más provecho del producto o servicio.
- Incrementa la fidelidad de los clientes.
- Mejora la imagen de la marca.

DIRECTORIO INTERNO



KARLA SANDOVAL

Administración

55 38 84 34 92

administracion@sociedadcooperativa.com.mx



ARMANDO SERRANO

Originación

55 35 66 98 95

originacion@sociedadcooperativa.com.mx



KAREN PÉREZ

Cobranza

55 38 84 34 92

cobranza@sociedadcooperativa.com.mx



SHARON LEYVA

Integración

56 36 13 98 76

integracion@sociedadcooperativa.com.mx

CALENDARIO DE ACTIVIDADES EN LÍNEA



SESIÓN COOPERATIVISTA

**SÚMATE A NUESTRA SESIÓN
COOPERATIVISTA**

12 DE JUNIO | 12:00PM



zoom

**CONEXIÓN CON EXPERTO
SÚMATE A NUESTRA SESIÓN
CON EXPERTO EN MATERIA**

19 DE JUNIO | 12:00PM



zoom

DIRECTORIO COMERCIAL



MARÍA ANTONIETA CAMACHO | DISEÑADORA GRÁFICA

ESPECIALISTA EN: Diseño grafico y líder de estudio creativo con taller de impresión



 55 6353 0800  tony@codicestudio.com



ARTURO SORIANO | VENTA DE SEGUROS PARA AUTO

ESPECIALISTA EN: Venta de seguros para autos particulares y de servicio público individual o grupal, de vida, accidentes y enfermedades y ante daños.


Sí estás interesado, por favor, mandar un WhatsApp y nosotros nos pondremos en contacto contigo.

 55 3121 0960  arturosoriano.041169@gmail.com



GUADALUPE DÁVILA MORENO | BANQUETES




ESPECIALISTA EN: Servicio de Meseros, Bartenders de barra de coctelería, de destilado, taquizas, etc. También contamos con parrillada, banquetes(1. 2. 3 tiempos), mesa de dulces, mesa de postres, etc. **Nos adaptamos a tu presupuesto**

 55 3141 0999



RICARDO SALES SARRAPY | HIPOTECARIO



ESPECIALISTA EN: RS BÖKER PYME E HIPOTECARIO

 55 2128 7978  rjsales@creditaria.com  bit.ly/rsbrker



ALBERTO MARTÍNEZ Y MARTÍNEZ | ARQUITECTO


ESPECIALISTA EN: Responsable oficial de protección civil en dictámenes técnicos en arquitectura, topografía y supervisión de obra.

 55 1190 4139  consultoriapro.civil@gmail.com

DIRECTORIO COMERCIAL

**MARCO ANTONIO LÓPEZ | ARTESANO DE VIDRIO**

ESPECIALISTA EN: Se realizan diversos trabajos de arte a base de vidrio.

 55 3284 9779

**ANDREA VARELA | VENTA DE ARTE DE DECORACIÓN**

ESPECIALISTA EN: Productos de alta calidad con edición limitada para lograr una exclusividad en los hogares y experiencias inolvidables a través de los sentidos.

 55 3731 6747  55 5549 8188

**ELIZABETH LUQUE | VENTA DE PRENDAS DE VESTIR**

ESPECIALISTA EN: Promuevo las riquezas naturales, culturales y arquitectónicas de México a través de prendas de vestir y accesorios

 55 2298 2592  eluque66@gmail.com  eluque@encantosdemitierra.com

**GABRIEL GARCÍA LÓPEZ | PROVEEDOR DE TRAPEADORES**

ESPECIALISTA EN: Venta de trapeadores revolucionarios que permiten realizar la limpieza de manera más fácil y rápida.

 55 4265 1296  @King Mop

**DAVID JAVIER CRUZ MIGUEL | VENTA DE TABLAROCA, DUROCK, PLAFONES Y ACCESORIOS**

ESPECIALISTA EN: Venta de artículos para construcción


 55 1506 1977  dcgoe_10@yahoo.com.mx

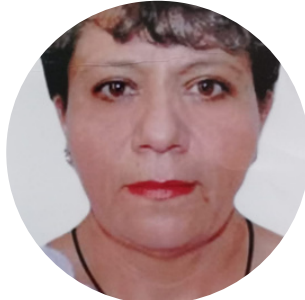
DIRECTORIO COMERCIAL

**LETICIA HERRERA | MAESTRA DE YOGA**


ESPECIALISTA EN: Desintoxica y relaja tu cuerpo y tu mente. Logra un cuerpo más fuerte, sano y esbelto. Limpia y modifica malas posturas.


 55 4361 2389

 leticialhv@gmail.com

**CARMEN CAMPOS | PROFESORA DE INGLÉS**


ESPECIALISTA EN: Implementación académica de estrategias de aprendizaje en lenguas extranjeras.

 55 2848 3943

 jcsabinoa@gmail.com


**ALMA ONTIVEROS | TERAPEUTA**


ESPECIALISTA EN: Terapias de sanación con Ángeles y Biomagnetismo Cuántico.

 55 1353 4912

**LETICIA VENTURA LUNA | PSICÓLOGA**

ESPECIALISTA EN: Apoyo psicológico (individual y de grupo) e impartición de talleres. Terapia cognitivo conductual, terapias humanistas como PNL, psicodrama, gestalt, narrativa, terapia breve, etc.

 55 1191 3569

 venluna.venluna@gmail.com

**BEATRIZ CRUZ CHAPOY | MASAJISTA**

ESPECIALISTA EN: Masajes holísticos que ayudan a liberar las emociones y dar sanación energética.


 55 7400 0756

DIRECTORIO COMERCIAL



JULIETA MUÑOZ/RENTA DE CASA VACACIONAL

ESPECIALISTA EN: Renta de casa en Valle de Bravo. Se renta en días festivos (puentes) Semana Santa, Verano, Navidad y fin de año. Contáctame para que conozcas la casa

 7224004483




ARTURO SORIANO CARRILLO
CEL. 55 3121 0960

Seguros para:
Auto particular
Taxi
Taxi UBER
Colectivos:
Van
Microbús
Midibús
Autobús
Póliza empresarial
Motocicletas
Carga
Casa habitación
Escuelas
Transporte escolar

12 Meses Sin Intereses
Consulta Promociones
Las mejores empresas

SEGUROS BANORTE

AFIRME

Qualitas

