

Razones por las que debes hacer un Focus Group Online

El brote de COVID-19, los efectos de la cuarentena y el aislamiento han sido desalentadores. Cada uno de nosotros está lidiando con las limitaciones de las cosas que podemos hacer en nuestra vida diaria. En la investigación de mercado específicamente, no podemos hacer una investigación presencial, afortunadamente existen métodos como el focus group online que nos facilita la implementación de estudios de manera remota.

Muchos tipos de estudios como los [grupos focales](#) y las [encuestas f2f](#) simplemente no son factibles en este momento debido al confinamiento que se enfrenta en todo el mundo.

¿Volverán los focus group y las entrevistas en persona una vez que el mundo vuelva a la nueva normalidad?

Sí, volverán en cierta medida, pero seguiremos viendo un cambio hacia el desplazamiento de más y más investigación hecha de manera online.

¿Qué es un focus group online?

Los focus groups en línea son los grupos de discusión o debates en vivo que se llevan a cabo de manera online. Es lo mismo que un focus group tradicional, solo que le quitamos los costos de reclutamiento, a la vez que hacemos uso de la tecnología para llevarlo a cabo de manera efectiva.

Puedes hacer uso de un software para cargar una lista, por ejemplo de clientes, e invitarlos a realizar el estudio, incluso puedes enviar contenido a los participantes para que discutan sobre el tema y den su valiosa opinión.

Un focus group online te permite implementar otras metodologías complementarias, como el uso de [encuestas de seguimiento](#) y obtener retroalimentación de forma continua, incluso hacer dinámicas para incentivar a los participantes a dar su retroalimentación.

Muchos investigadores prefieren los grupos de discusión en línea por su conveniencia y rentabilidad

Características de un focus group online

Al igual que cuando se realizan focus group en una oficina, el focus group online tiene las mismas características:

6-12 personas que representan un público objetivo.

Al grupo se le asigna un tema específico para hablar, para que proporcionen retroalimentación u opiniones sobre ese tema.

El tiempo de las sesiones dura entre 45 y 90 minutos.

Se proporcionan incentivos por el tiempo de los encuestados.

Los focus groups online eliminan la necesidad de una ubicación física.

Ventajas de utilizar focus groups online para una investigación

Ya sea que estés haciendo un [test de producto](#), obteniendo retroalimentación de un anuncio, o necesites entender las percepciones que otros tienen acerca de tu marca, estos participantes te proporcionarán el “por qué” detrás de las acciones, comportamientos, opiniones, deseos y necesidades del consumidor.

También obtendrás una valiosa investigación sobre “quién es tu público”; algo que otros métodos de investigación (por ejemplo, las encuestas) no siempre pueden hacer.

Hay desventajas en la realización de focus group en línea (por ejemplo, no poder observar el lenguaje corporal o la dinámica de la conversación entre los participantes). Sin embargo, los beneficios pueden superar estas desventajas.

Al no tener que pagar por el espacio y eliminar las limitaciones físicas, los grupos de discusión en línea son más rentables, además de ahorrar tiempo y energía.

Además, al no tener restricciones de ubicación, el público objetivo diverso que necesitarás para tu estudio será más fácil de obtener, y se elimina cualquier prejuicio social que podría existir cuando se hace en persona.

Al realizar un focus group online podemos obtener los conocimientos cualitativos que necesitamos para ayudar a avanzar nuestro negocio.

Afortunadamente para nosotros, el mundo digital/online no se ve afectado por el COVID-19 (a menos que estemos hablando de noticias falsas), y existe una tremenda oportunidad de encontrar a las personas que necesitamos para que nos proporcionen sus perspectivas.

Te invito a que conozcas más sobre cómo lograr [calidad en Investigación online](#) para que te decides a migrar al mundo digital.

Por qué migrar un focus group al mundo digital

Se nos ocurrió una infografía sobre las 6 razones principales para mover tus focus groups presenciales al mundo online y seguir recolectando los [datos cualitativos](#) que necesitas.

 QuestionPro

6 razones para hacer tus focus groups online

La realización de investigaciones online parece ser el camino a seguir para los investigadores de mercado.



¿Pero qué hay de la investigación cualitativa y los focus groups?
¡También puedes llevarlos a cabo en línea!



NO AFECTAN FACTORES EXTERNOS

Aislado de los factores externos, puedes llevar a cabo focus groups online sin pausa y recolectar insights continuos.



ALTO ROI

La reducción de los costos y características del software contribuyen a un alto retorno de inversión



MEJOR RENDIMIENTO

La facilidad para recolectar y analizar datos con una herramienta online proporciona mejores y más rápidos insights.



UNA GESTIÓN MÁS INTELIGENTE

Deja que la herramienta haga todo el trabajo pesado para que puedas concentrarte en lo que es importante.



NO HAY LÍMITES GEOGRÁFICOS

Dirige grupos de discusión globales en línea y rompe las barreras de las fronteras geográficas.



CONOCIMIENTOS LIBRES DE SESGO

Evitas los prejuicios del administrador y de los panelistas y obtienes conocimientos más precisos

No dejes que factores externos afecten tu proyecto de investigación.
¡Solicita una demostración de nuestro software de recolección de datos!

AGENDAR DEMO

Al trasladar la investigación tradicional en línea ahora, hay dos beneficios clave:

El primero es que los investigadores podrán seguir completando sus estudios y los conocimientos que necesitan.

El segundo es que se prepararán para el éxito a largo plazo al migrar su investigación a las comunidades en línea desde ahora.

Con todas las herramientas disponibles en una comunidad online, hay muchos tipos de estudios que se pueden llevar a cabo. Algunos ejemplos incluyen el diseño de anuncios/empaques, pruebas de usabilidad, e incluso la capacidad de co-crear con sus miembros en esa próxima gran idea.

También hay estudios de productos y grupos de discusión en línea sobre nuevos conceptos. La amplitud de los estudios que se pueden realizar en una comunidad online es infinita.

Además, es muy fácil realizar un [estudio longitudinal](#) porque tienes miembros que pueden proporcionar estos conocimientos. La velocidad y la agilidad son claves aquí, ya que los resultados pueden obtenerse rápidamente.

Consejos para hacer focus group online

Al igual que con los focus groups presenciales todavía hay herramientas esenciales y estrategias de moderación que necesitarás para que un grupo de discusión en línea tenga éxito. Además, tendrás que atenerte a una serie de principios que te permitirán maximizar los resultados.

Asegúrate de realizar tu estudio dura entre 45-90 minutos y con 6-12 participantes. Cerciórate que tus preguntas sean claras y estén bien redactadas para facilitar la discusión de forma libre.

Ya sea un producto, un concepto o incluso la marca de una empresa que estés probando, te sorprenderás de lo que tu público te revelará en un focus group online.

Fuente: <https://www.questionpro.com/blog/es/focus-group-online/>