**BRIEF DE MARCA**

CHATTANOOGA

Este documento nos permite tener un panorama general y preciso de lo que el cliente busca proyectar con su marca.

* ¿Qué hace su marca?

Por favor incluya las líneas de negocio, productos y/o servicios.

Chattanooga es una marca de DJO. cuenta con más de 70 años liderando el mercado de la rehabilitación física y es considerada el mayor fabricante mundial de equipos de rehabilitación para el tratamiento de trastornos musculoesqueléticos, neurológicos y de tejidos blandos. Nuestros productos contribuyen a mejorar los resultados de los tratamientos en hospitales, clínicas y hogares de todo el mundo. Lideramos la industria de la fisioterapia a través de la innovación continúa proporcionando soluciones del mundo real para los profesionales de la rehabilitación física y sus pacientes.

Como marca líder mundial en rehabilitación, Chattanooga se vende en más de 80 países de todo el mundo. Está representada directamente en nuestros mercados clave, pero también cuenta con una red sólida de distribuidores en EE. UU., Canadá, Latinoamérica, EMEA y Asia Pacífico.

* Productos y/o servicios:

Chattanooga actualmente cuenta con 5 líneas que cubren las principales modalidades terapéuticas: Modalidades Físicas: Electroterapia Clínica, Electroterapia Portátil, Ondas de Choque y Ondas de Presión Radial, Láser de alta potencia & VitalStim Devices.

* Camillas de Tracción y Camillas de Tratamiento: Montane, Galaxy, Triton6M/Triton6E & Almohadas y cojines de posicionamiento
* Training & Mobility: Artromot & Active-K
* Hot & Cold: Hydrocollators, Unidades de enfriamiento, Hot & Cold Packs
* Consumibles: Electrodos Adhesivos, Electrodos Carbonados, Sondas Intracavitarias, Gel & Lotions & Wraps

Adicional a las distintas líneas de producto presentes en nuestro portafolio, Chattanooga ofrece un completo y excelente servicio post-venta, que incluye continuos programas de educación; garantía y servicio técnico en producto.

* Costos opcionales de producto y/o servicios

Contamos con productos considerados premium, pero también ofrecemos opciones más económicas con el objetivo de que todos los fisioterapeutas puedan tener acceso a la tecnología de Chattanooga.

* ¿Porque es importante lo que su marca hace?

Ofrecemos soluciones con tecnología innovadora y de alta calidad para contribuir en todas las fases de los procesos de rehabilitación de los pacientes, mejorando su calidad de vida y ayudando a la recuperación del movimiento natural. Por otro lado, estas soluciones se enfocan en ofrecer a los terapeutas un mayor crecimiento profesional en su práctica clínica y que además pueda generar un buen retorno a la inversión, impactando positivamente su economía.

* ¿Cuáles son a características claves de su producto o servicio?

Tecnología innovadora desarrollada a partir de evidencia científica, calidad, desarrollo continuo de programas de educación y actualización en el uso de las diferentes modalidades terapéuticas en nuestro catálogo, garantía y servicio técnico en producto.

* ¿Cuál es la promesa central que su marca brinda a sus clientes?

Ofrecer soluciones con tecnología innovadora y de alta calidad para optimizar los procesos de rehabilitación, contribuyendo a la recuperación del movimiento natural; y por tanto, impactando positivamente la calidad de vida de los pacientes.

Impacto a terapeutas.

* ¿Cuál es la misión de su marca?

Nuestra misión: “Move Rehabilitation Forward”, es decir, llevar la rehabilitación a otro nivel, a través de la de tecnología innovadora e inteligente de Chattanooga.

* ¿Cuáles son los valores agregados o diferenciales de su marca?
* Calidad
* Productos innovadores que cuentan con programas clínicos basados en evidencia científica.
* Nuestros clientes reciben apoyo educativo en el uso de la tecnología adquirida, además, ofrecemos actualizaciones educativas constantes según las tendencias globales de aplicaciones terapéuticas. Todo esto, con el objetivo de ayudar al cliente a sacar el máximo potencial del equipo adquirido.
* Servicio técnico y garantía en producto prestado por técnicos biomédicos altamente capacitados directamente por Chattanooga.

**CONTEXTO**

* ¿Qué está pasando en el mundo hoy que hace su marca relevante para un usuario?
* Situación global con COVID19: pacientes presentan secuelas luego de la recuperación que requieren de procesos de rehabilitación física.
* El impacto en la economía generado por la pandemia llevó a muchos fisioterapeutas a optar por la terapia domiciliaria como fuente de ingreso principal.
* Necesidad de hospitales y centros de contar con tecnología de punta que les permita tener mejores resultados de rehabilitación y más rápidos para tener mayor cobertura e incrementar el flujo de pacientes.
* Crecimiento de inicio de actividad física sin preparación o acompañamiento adecuado, lo cual ha incrementado la consulta de pacientes por lesiones musculoesqueléticas.
* Necesidad de los pacientes de poder acceder a tratamientos que resuelvan su lesión rápidamente.
* Necesidad de hospitales o centros de rehabilitación de contar con tecnología que les permita generar un diferencial de servicio en el medio.

Chattanooga se enfoca en crear tecnología que esté a la vanguardia de las necesidades de los terapeutas, que cubran estos puntos o tendencias globales.

* ¿Cuáles son los objetivos de su marca? (corto, mediano y largo plazo)

El objetivo a corto y mediano plazo es contar con modalidades terapéuticas que completen nuestro portafolio actual de productos, para de esta forma ofrecer a los terapeutas más opciones para el tratamiento de sus pacientes. A largo plazo, buscamos mejorar y actualizar de forma continua la tecnología existente estando siempre a la vanguardia de los avances en la tecnología global y las necesidades de cada mercado. Todo esto, nos permitirá consolidarnos y mantenernos como la marca líder en rehabilitación en Latinoamérica.

* ¿Cuáles son las amenazas del mercado para su marca hoy?
* Impacto económico y social por la situación actual del COVID-19
* Precios bajos de la competencia
* Disponibilidad de partes para fabricación de producto
* Marcas que están en un desarrollo acelerado de tecnología en rehabilitación
* MDR (Medical Device Regulation) y limitaciones en implementación de protocolos clínicos en nuestros equipos.
* Registros internacionales a cargo de autoridades sanitarias
* Restricciones de importación
* Ventas online fuera de los canales de distribución (línea general)

**POSICIONAMIENTO**

* ¿Qué marca(s) internacional o nacional del mismo sector admiran?

Marcas internacionales: Storz, Zimmer

* ¿Quién es su competencia y que está haciendo?

Nuestros principales competidores internacionales son *BTL, STORZ, Zimmer, Enraf-Nonius, ASA Laser, Ibramed, Physiomed, ITO;* estas marcas son fabricantes de equipos clínicos de rehabilitación. La mayoría maneja una política de precios más bajos que los ofrecidos por Chattanooga, y en los últimos años se han dado cuenta de la importancia de la educación al mercado y por eso han fortalecido estas estrategias.

En cuanto a la línea de electroestimulación portátil, nuestro principal competidor externo es Globus, marca que cuenta con precios mucho más económicos; y a nivel interno es Compex (fabricado por DJO), marca creada para el usuario final. Sin embargo, debido a su bajo precio comparado con la línea portátil de Chattanooga y la similitud en especificaciones técnicas, se convierte en la principal alternativa de compra para un profesional en fisioterapia. Al no existir un enfoque claro del segmento al que va dirigido la marca, se genera confusión en los clientes.

* ¿Cómo se diferencia su marca de la competencia?
* Calidad e innovación
* Apoyo educativo en el uso de la tecnología adquirida, como fue mencionado anteriormente.
* Trayectoria en el mercado.
* Capacitación completa en el momento de la entrega
* Servicio técnico y garantía en producto prestad por técnicos biomédicos altamente capacitados directamente por Chattanooga.
* Electroterapia portátil: tecnología inteligente única en el mercado
* Equipos basados en evidencia científica
* ¿Cómo quiere ser su marca sea percibida por el público externo? (Clientes, competencia, proveedores).
* Tecnología de alta calidad
* Amplio portafolio de producto: Distintas líneas de producto que permitan a la marca ser accesible para todos.
* Acompañamiento post venta: educación, servicio técnico
* Apoyo al fisioterapeuta y usuario final
* ¿Qué beneficios le ofrece su marca a su público objetivo? (Funcionales y emocionales)

Acceso a alta tecnología de calidad, excelente servicio post-venta (educación, servicio técnico y garantía), trayectoria, variedad de productos. Ética, compromiso, confianza, conocimiento, satisfacción.

**AUDIENCIA**

* ¿Quién es su público objetivo principal, secundario y terciario?
* Público objetivo principal: profesionales en fisioterapia/kinesiología en el sector público o privado y estudiantes de fisioterapia
* Secundario: médicos ortopedistas, deportólogos, urólogos
* Terciario: profesionales en estética y usuario final (paciente)
* ¿Cuáles son las características de su público objetivo?

Fisioterapeutas profesionales o en formación, cuyo objetivo es proporcionar tratamientos, programas de intervención en rehabilitación física para recuperar, mantener, potenciar el movimiento corporal humano e impactar positivamente en la calidad de vida de los pacientes. Adicional, desarrollar programas y actividades enfocadas en la promoción y prevención de la salud para concientizar a la población sobre la importancia de mantener estilos de vida saludables.

* ¿Qué queremos que haga nuestro público objetivo?

Queremos que identifique a Chattanooga como la mejor marca del mercado, que referencie nuestros productos con sus colegas, que prefiera a Chattanooga por encima de las demás marcas, que identifique y reconozca los beneficios preventa y postventa que ofrece la marca, para que elijan el producto enfocándose en sus características y beneficios de uso más que en el precio.

* ¿Cómo vamos a motivar a nuestro público objetivo para que haga lo que queremos?
* Desarrollando campañas y estrategias en educación que respondan a las tendencias de rehabilitación.
* Campañas de fidelización a los clientes actuales
* ¿Que valora su público objetivo que su marca ofrezca o podría ofrecer?

Educación dentro del servicio post-venta: capacitación para el uso, educación clínica en la modalidad adquirida. Acompañamiento y cobertura por parte de fábrica y del distribuidor. Servicio técnico inmediato.

* ¿Tiene algún estudio o información demográfica acerca de nuestro público objetivo?

No

* ¿Cuál público está tratando de alcanzar que todavía no lo ha logrado?

Estudiantes de últimos semestres y clubes deportivos (incrementar alcance).

**PERSONALIDAD DE MARCA**

* ¿Cómo describiría la personalidad de su marca, si fuera una persona? (atributos)

Imponente, extrovertida, decidida, inteligente, culta, alegre, racional, sabiduría

* ¿Cómo ve la comunidad a su marca?
* Referente en fisioterapia de las modalidades presentes en nuestro portafolio
* Productos de alta calidad
* Productos premium
* Excelente soporte técnico
* Constante preocupación por educar al mercado
* ¿Que desea proyectar a través de su identidad visual?

Confianza, trayectoria, innovación, tecnología de punta, calidad

**SITUACIÓN ACTUAL**

* ¿Qué aspectos de su situación actual despertaron la necesidad de tener presencia y estrategia online.

La pandemia nos mostró la necesidad de contar con nuevas estrategas para acercarnos a los clientes y que además permitieran tener mayor y rápido acceso a la información de nuestros productos. Además, identificamos la tendencia de los clientes a moverse en redes sociales, a hacer investigación propia antes de la decisión de compra y la importancia de contar con contenido y material de marketing que llame la atención del cliente hacia un producto y genere la necesidad de compra.