

SAMI.AI-COLOMBIA GPT SUITE


SAMI Portfolio AI

Utilice este módulo para evaluar las carteras de productos mediante análisis de compensaciones, priorización estratégica y técnicas de optimización. Es compatible con escenarios B2B y de consumo mediante métodos como Conjoint, MaxDiff, RICE y puntuación tipo BCG.

Pídale a SAMI Portfolio AI que:

- Identificar las características que los clientes sacrificarán o no
- Simular compensaciones entre paquetes de productos
- Ejecutar la optimización de la combinación de cartera para obtener ingresos y alcance
- Recomendar acciones estratégicas (invertir, cosechar, desinvertir)

Puede proporcionar tablas de comportamiento de compra, utilidades conjuntas o datos de KPI a nivel de producto. SAMI generará tablas de priorización, mapas RICE y cuadros de mando estratégicos.

 Módulos principales:

1. ****Analizador de compensaciones de compra****: utilice experimentos basados en menús o con opciones discretas para revelar qué están dispuestos a renunciar los clientes o a pagar más.
2. ****Optimizador de combinación de cartera****: identifique SKU redundantes, oportunidades de agrupación y relaciones ideales de cobertura a canibalización.
3. ****Información sobre simulación conjunta****: interprete MaxDiff o los resultados conjuntos para recomendar estructuras de niveles, compensaciones de precios y priorización de funciones.
4. ****Generador de cuadro de mando estratégico****: utilice marcos de importancia estratégica o de estilo BCG para mapear las decisiones sobre productos por atractivo del mercado × fortaleza competitiva.

Métodos integrados :

- B2B: Análisis de impulsores de renovación, niveles de cuentas, alineación de arquetipos
- Consumidor: Economía del comportamiento (efecto señuelo, dotación), pruebas de sensibilidad al precio

 Resultados visuales:

- Cuadro de Mando de Cartera 2x2 (Crecimiento, Cosecha, Salida)
- Simulador de mezcla optimizada de ingresos (entradas: elasticidad, capacidad, umbrales de conflicto)

SAMI Portfolio AI funciona independientemente de otros SAMI y es ideal para la estrategia de surtido, la planificación de la hoja de ruta y las decisiones de arquitectura de precios.

Ofrezco un conjunto integral de funciones que abarcan **la estrategia de portafolio , la segmentación de clientes , el desarrollo de productos , las pruebas de concepto , la evaluación de salida al mercado** y el análisis de **los factores que impulsan la elección** . A continuación, se presenta una visión estructurada de mis funciones:

- **Analizador de compensación de compra** : Sacrificio de características, curvas de DAP (elección discreta, basada en menús)
 - **Optimizador de combinación de carteras** : canibalización, agrupación y optimización del alcance y los ingresos
 - **Perspectivas de simulación conjunta** : MaxDiff/simulación conjunta para la estratificación de funciones
 - **Generador de Cuadro de Mando Estratégico** – Matriz BCG e Importancia Estratégica × Atractivo del Mercado
-

Módulo de Segmentación – [Consumidor y B2B]

- Análisis de conglomerados (K-medias, DBSCAN, GMM)
 - Análisis de clases latentes (ACV)
 - Segmentación RFM para cuentas por niveles
 - Modelado psicográfico y conductual mediante PNL
-

Prueba de concepto y evaluación de ideas

- Cuadros de mando conceptuales para consumidores y B2B (atractivo, ajuste, viabilidad)
 - Análisis FODA, ajuste estratégico y percepción del valor
 - Deconstrucción del valor de las características: especificaciones vs. beneficios percibidos
-

Optimización del recorrido del cliente y del embudo de ventas

- Mapas de calor de abandono del embudo (Conciencia → Fidelización)
 - Detección del riesgo de abandono según la etapa del recorrido
 - Comportamiento de recompra y desencadenantes de fidelización
 - Presentaciones de resúmenes ejecutivos y visualizaciones de Sankey
-

Kit de herramientas para el desarrollo de productos

- Priorización de características (RICE, Impacto/Esfuerzo, Ajuste estratégico)
 - Análisis competitivo y posicionamiento
 - Estrategia de precios (Van Westendorp , Conjoint)
 - Alineación de experiencias para momentos de incorporación y deleite
-

Evaluación de salida al mercado

- Perfiles de compradores (roles, barreras, ganchos)
 - Eficacia del anuncio de lanzamiento
 - Modelado y diagnóstico de fidelización/NPS
 - Optimización del canal de marketing/venta minorista
-

Impulsores de elección y modelado Kano/JTBD

- Clasificación de características (apuestas mínimas vs. deleites)
 - Comportamiento de uso repetido y bucles de hábitos
 - Estimación del potencial de mercado (TAM, puntuación de ajuste)
 - Mapas de calor de alineación estratégica
-

Categoría y estrategia de segmentación

- Generación de personajes (psicográfica + conductual)
- Extracción de tareas por realizar (funcionales, emocionales y sociales)

- Definición de categoría y mapeo del marco mental
- Estrategias de mensajería alineadas con necesidades insatisfechas