

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Este servicio se compone de distintas estrategias con el fin de determinar datos que ayuden a los procesos internos como externos de la empresa de manera que pueda cumplir con los objetivos mensuales, trimestrales y/o anuales. Esta herramienta es indispensable para contar con una visión objetiva del estado de la empresa en sus distintas áreas y plantear soluciones y/o estrategias



Análisis de la competencia

Consiste en investigar la situación actual de las empresas con potencial competitivo, evaluando sus fortalezas y debilidades en su entorno de mercado al que pertenecen, con la finalidad de comparar la situación final de la marca y adaptar las mejoras en base a estrategias diferenciadoras.



Análisis de Precio

Este estudio es importante ya que sirve para estimar las opciones de productos y servicios vigentes en el mercado. Este enfoque de precios se usa para tener en cuenta otras opciones equivalentes, teniendo en cuenta sus beneficios y características en la decisión de compra del consumidor.



Análisis del Buyer Persona

Es la construcción de uno o varios personajes ficticios, basado en datos reales sobre características demográficas de los clientes. Conocer el comportamiento, necesidades y motivaciones del consumidor, demostrará que la marca se preocupa por el consumidor final, de esta forma se estará acercando más a las personas que están dispuesta a comprar y que aún no conocen la marca.



Detección de Insights

Un Insight es la percepción del consumidor, esta sensación actúa como una barrera o como motivación que influye en el comportamiento de los clientes potenciales. A través de esta herramienta la empresa podrá mejorar la persuasión de sus anuncios y lograr captar la atención del cliente ideal. Esto permite crear marcas sólidas, que entienden por qué las personas hacen lo que hacen.