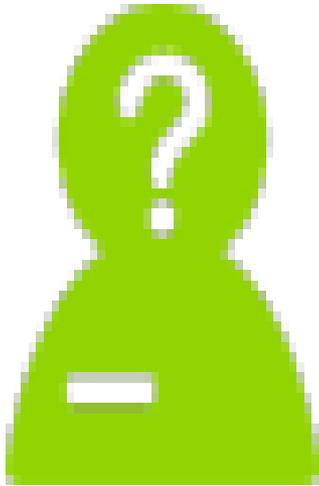


Por qué?

APPROACH TRADICIONAL

FLUJO DE LA METODOLOGÍA AH HOC



Necesidad



Empresa Ad Hoc



Diseño y selección de una muestra específica



Diseño del cuestionario



Información faltante

1

Distancia entre lo declarado y la realidad

2

Baja precisión para cuantificar oportunidades reales de negocio

3

Dificultad para medir el impacto futuro de las decisiones tomadas

DECISIONES ERRADAS

1

Distancia entre lo declarado y la realidad

57%

Recuerda el canal de compra efectivamente visitado

53%

Declara correctamente la marca comprada

Según un estudio declarativo realizado por **KantarWorldpanel** en España sobre la base de **1000 hogares** de la muestra del panel sobre sus compras en **12 categorías** y luego contrastado con la información real de la última compra registrada del hogar mismo hogares de forma regular.

2

Baja precisión para cuantificar oportunidades reales de negocio

80%

Declara un precio diferente al realmente pagado

74%

No recuerda el volumen comprado

Según un estudio declarativo realizado por **KantarWorldpanel** en España sobre la base de **1000 hogares** de la muestra del panel sobre sus compras en **12 categorías** y luego contrastado con la información real de la última compra registrada del hogar mismo hogares de forma regular.

Crear fervientemente en lo que
“se dice” nos puede llevar a:

- ✓ Una estrategia de formatos equivocada
- ✓ Subestimación o sobreestimación de una marca o un canal
- ✓ Una política de precios desacertada
- ✓ Poca atención a una tendencia creciente
- ✓ Un cálculo o estimación de negocio totalmente errada

3

Dificultad para medir el impacto futuro de las decisiones tomadas

Funcionó la estrategia?

Modificamos la tendencia?

Logramos lo que deseábamos?

Qué piensan los consumidores?



RECONTACTAR A LOS HOGARES

Actitudes
Necesidades
Opiniones



Información real
de compras

Quantifying people's value to your business

1=1

Muestras representativas, segmentaciones y targets específicos

Robustez y precisión

TARGETS ESPECÍFICOS



Heavy buyers de una categoría



Consumidores que compran la marca A y B



Abandonadores o switchers



Probadores del último lanzamiento



Cuestionarios cortos y enfocados

COSAS QUE YA SABEMOS

CUESTIONARIOS CORTOS Y ENFOCADOS

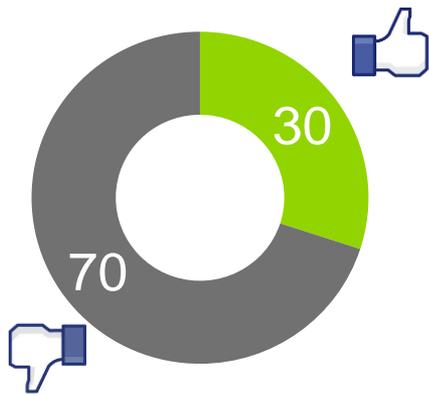
15 min

Hasta hoy

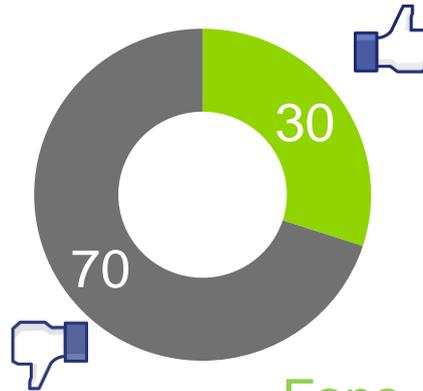
5 min

Ahora

“Eres fan en Facebook de alguna marca?”



Hasta hoy



Fans

La mitad NO compran la marca

15% son exclusivos

Familias de NSE medio con hijos

8 de cada 10 viven en Lima

Gastan un \$60 por mes

Este trimestre compraron un 5% más

Ahora

Una propuesta innovadora





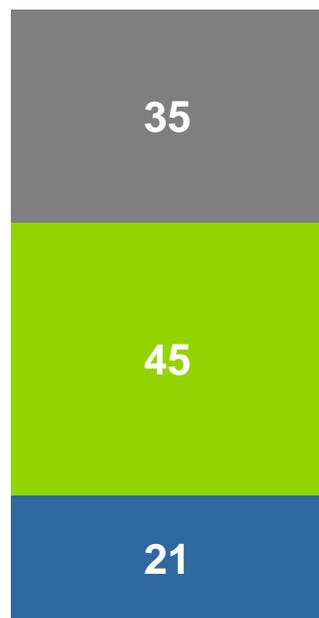
Contactos face to face y online

Mismo estándar de calidad global

Case real



¿Cómo considera que la economía peruana se desempeñará en los próximos 12 meses?



% Hogares



Evol. Gasto Medio

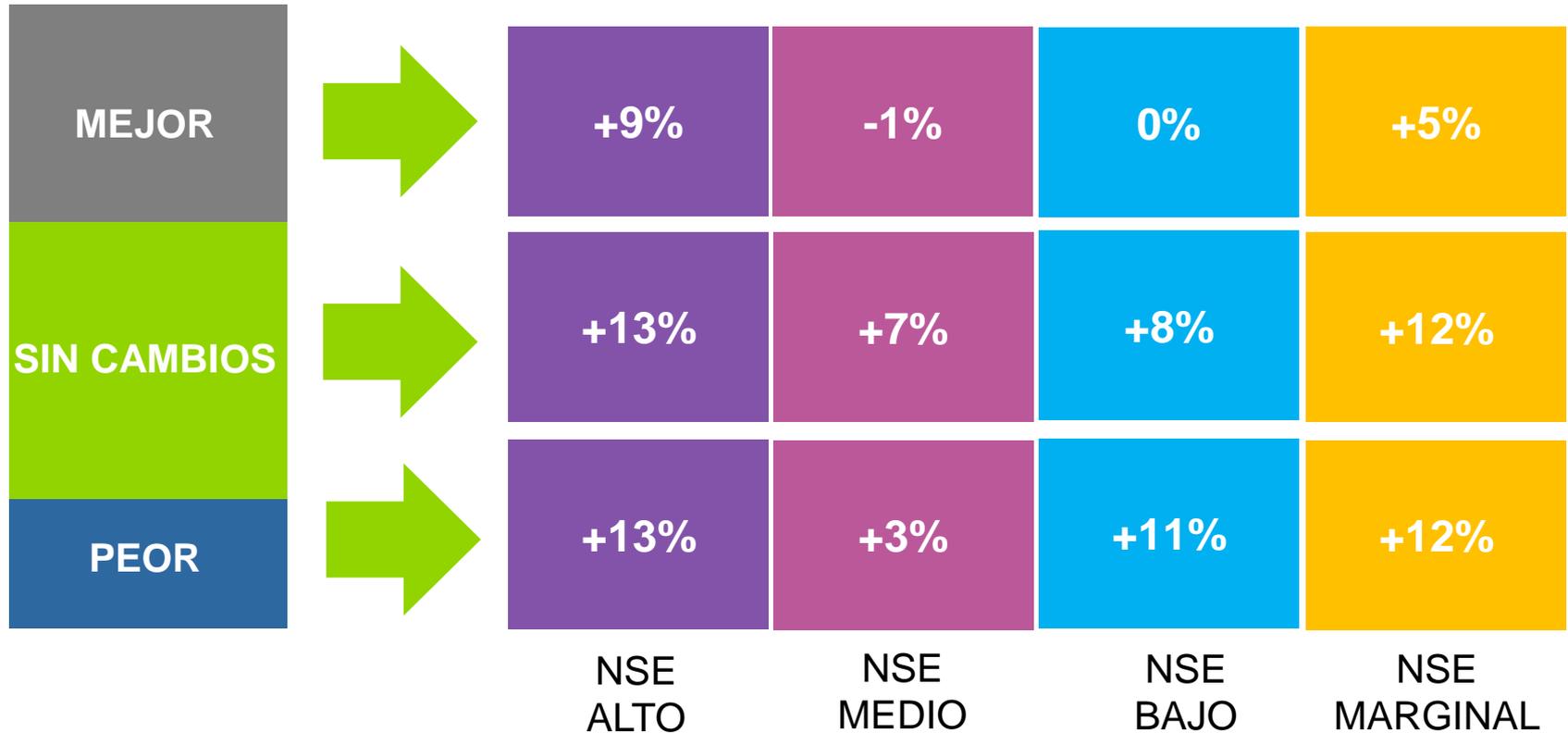
Planificación - Ahorro

Niveles de consumo a mediano plazo

Mayor inmediatez de consumo

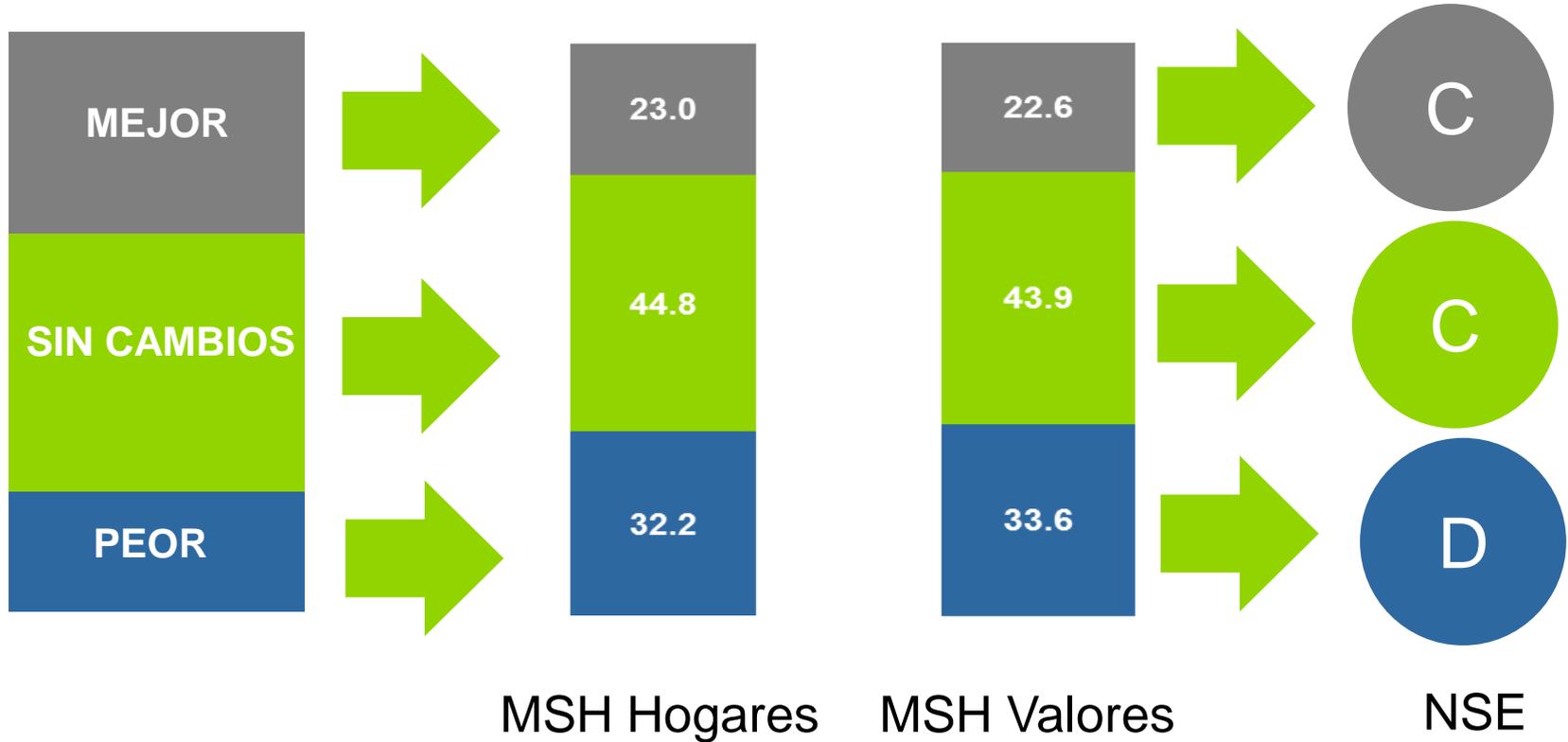
- Mejor
- Sin cambios
- Peor

¿Cómo considera que la economía peruana se desempeñará en los próximos 12 meses?

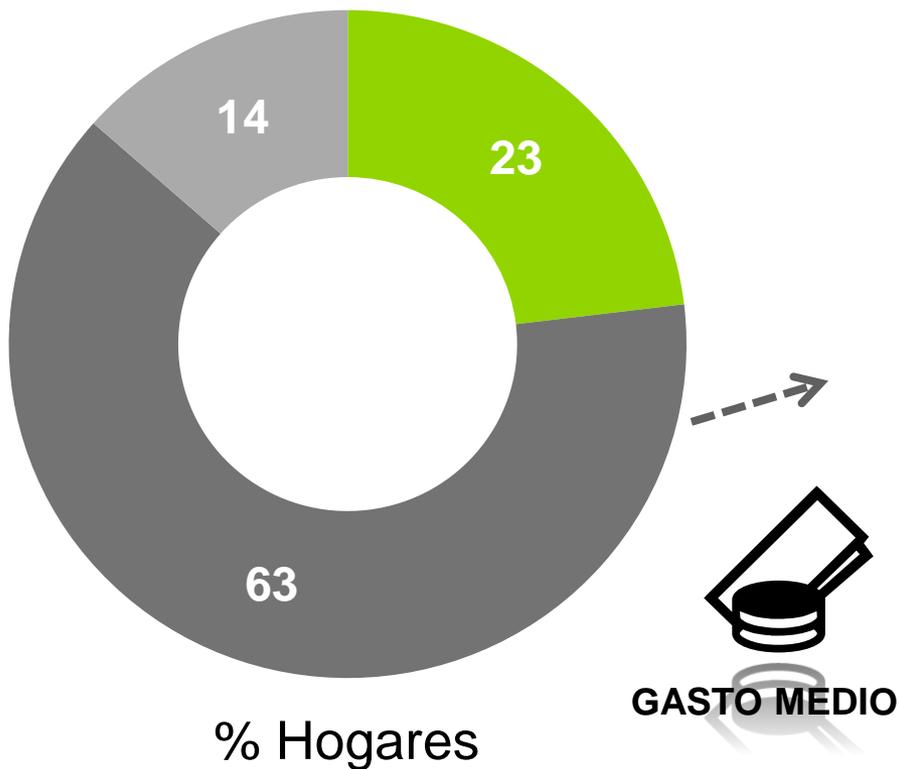


% Variac.Gasto Medio

¿Cómo considera que la economía peruana se desempeñará en los próximos 12 meses?



¿Y cómo cree que esto afectará su ingreso personal en los próximos 12 meses?



- Mejorarán
- No se modificará
- Empeorarán


TRADICIONAL

55%

S/.3019

+5%



AASS

27%

S/.1531

+15%



CATALOGO

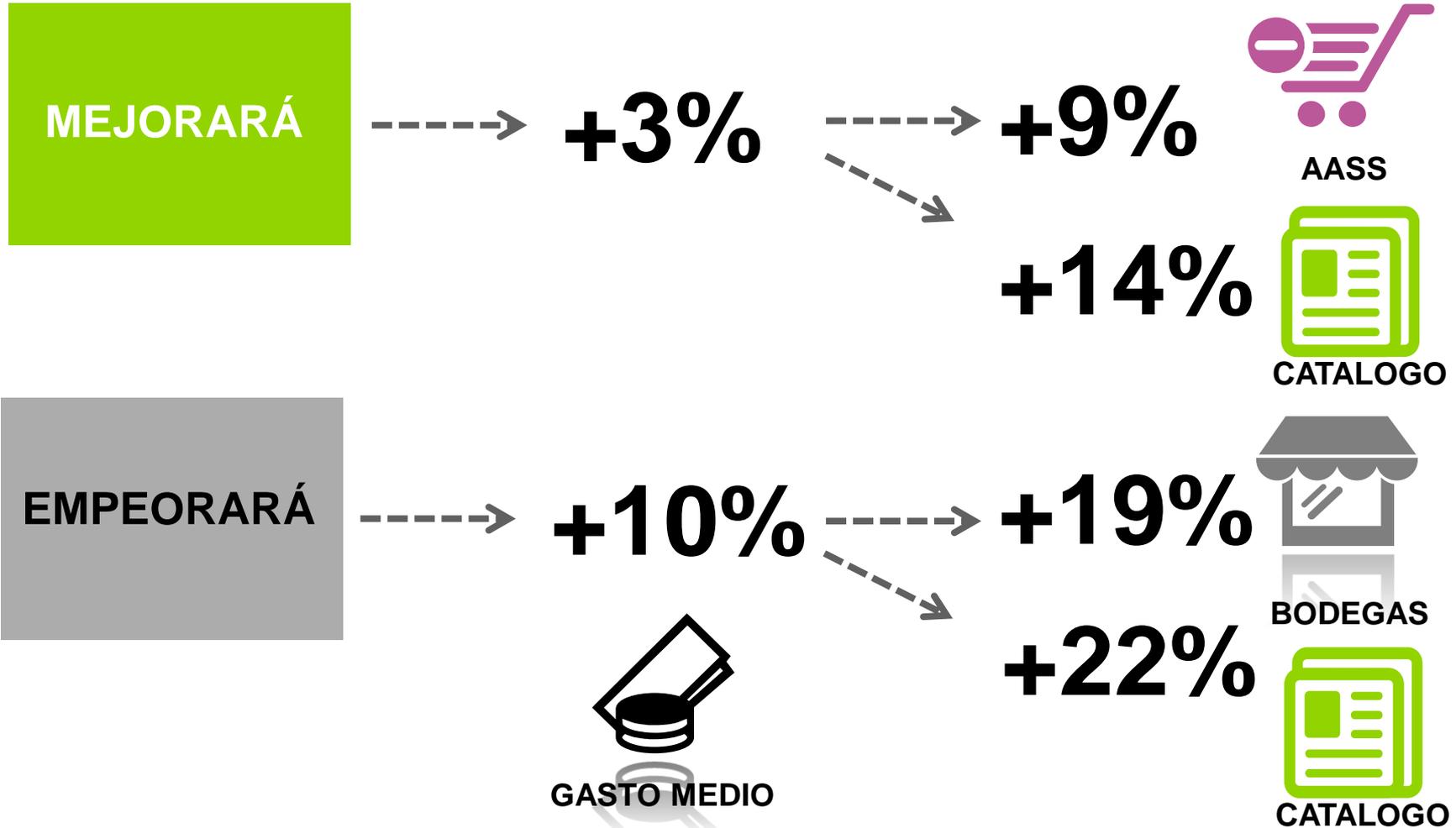
6%

S/.369

+19%

MAYOR NIVEL DE PROMOCIONES

¿Y cómo cree que esto afectará su ingreso personal en los próximos 12 meses?



¿Qué es lo que busca cuando Usted compra productos para su hogar?

1

Que el producto sea de calidad

2

Que sea una marca conocida

3

Que tenga un precio justo por la calidad que ofrece

¿Qué es lo que busca cuando Usted compra productos para su hogar?

1

Que el producto sea de calidad



% Hogares

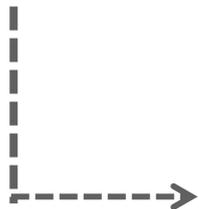


AASS

S/.7 más x visita

1 visita adicional trimestre

Un gasto 60% más alto



**NSE MEDIO ALTO
DE 35 A 49 AÑOS**

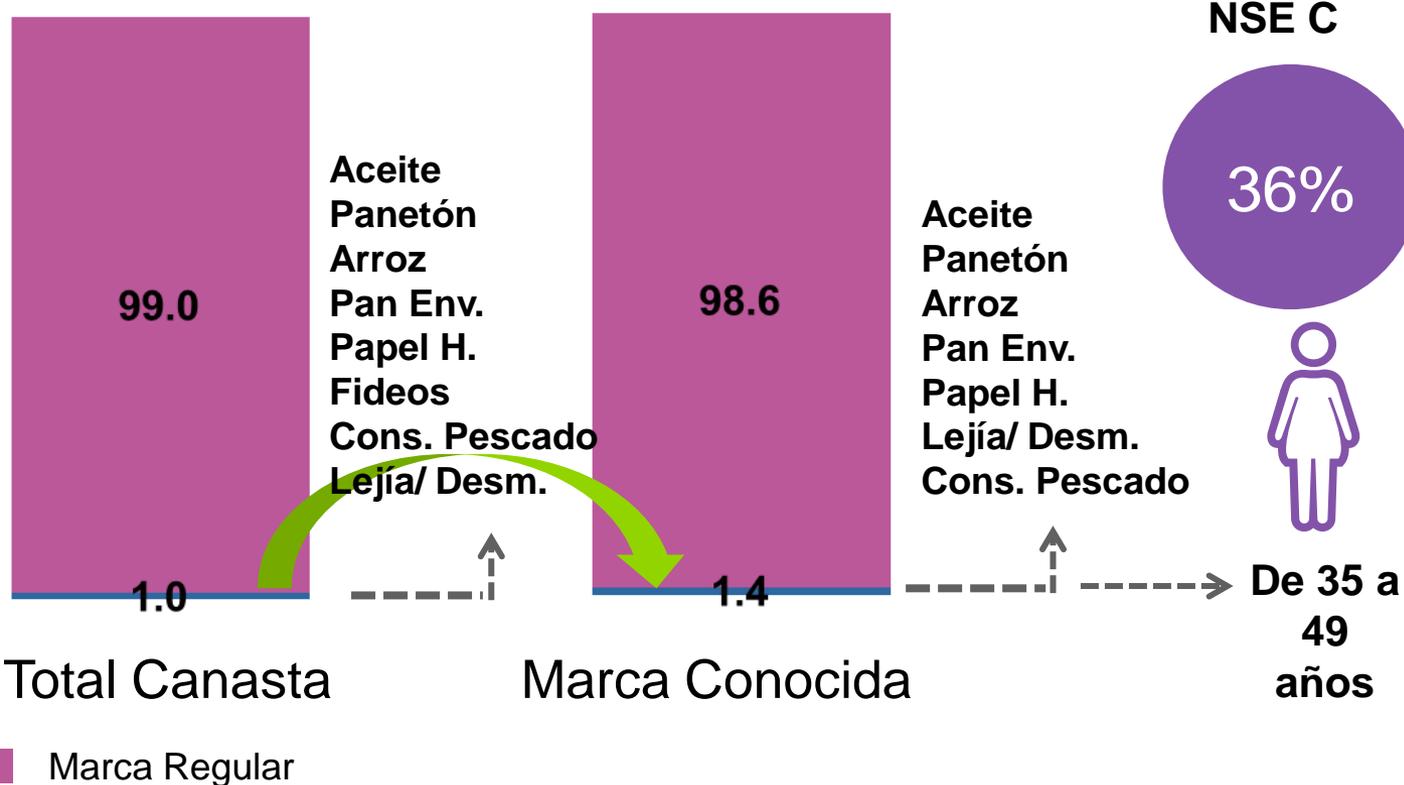
¿Qué es lo que busca cuando Usted compra productos para su hogar?

2

Que sea una marca conocida



% Hogares



¿Qué es lo que busca cuando Usted compra productos para su hogar?

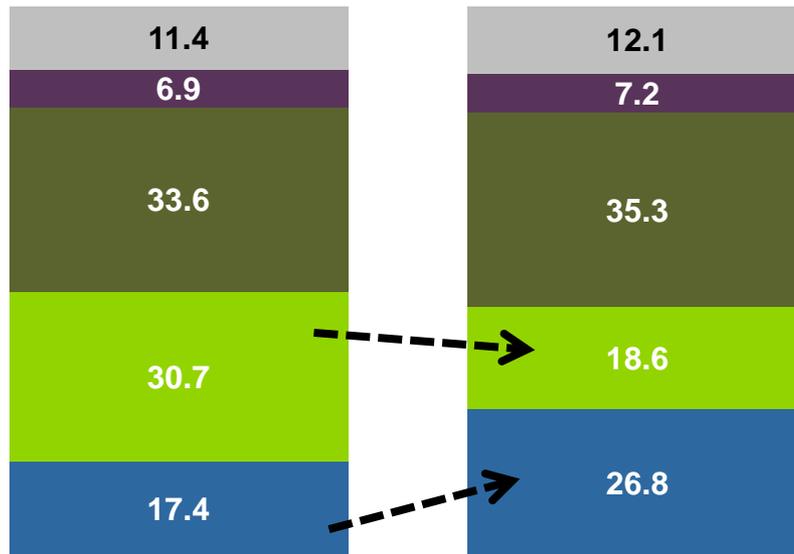
3

Que tenga un precio justo por la calidad que ofrece



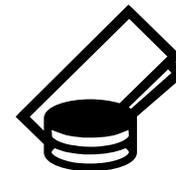
% Hogares

- AASS
- MCDO. DE ABASTO
- OTROS CANALES
- BODEGAS
- D2D



Total canasta

Precio Justo por Calidad



GASTO X ACTO

➔ S/. 6.3

➔ S/.47.6

Gracias