

RESSEACH

Construyendo el valor de su marca



WWW.RESSEACH.COM.GT

SOMOS APASIONADOS POR LAS MARCAS Y POR ELLO COMPARTIMOS CON NUESTROS CLIENTES...

- ✓ *Nuestro conocimiento profundo en técnicas estructuradas para la obtención de información.*
- ✓ *Nuestra experiencia en las diferentes metodologías de la investigación de mercados en EEUU, México, Centro América y República Dominicana.*
- ✓ *Nuestra experiencia en el manejo y desarrollo de marcas, en sus diversas plataformas de comunicación*
- ✓ *Lo que nos permite acompañar a nuestro cliente en la efectiva aplicación de los hallazgos de la investigación de mercados dentro de las diferentes variables del marketing.*



LAS ÁREAS EN LAS QUE CONVERTIMOS INFORMACIÓN EN VALOR



Consumer Insight

Perfil del consumidor, hábitos de compra y consumo, relación con las categorías de productos, factores de selección de marca, motivaciones y frenos con la categoría de productos.



Brand Equity

A través del análisis y relación de indicadores procedentes tanto de las metodologías cuantitativas como cualitativas, se llega a un modelo que describe la situación competitiva de las marcas y su valor antes las percepciones del consumidor.



Brand Insight

Son una fotografía de la situación competitiva de la marca al momento de la medición, en cuanto a niveles de conocimiento, recordación publicitaria y promocional, prueba, uso, preferencia, intención futura de compra e imagen de marca.



Teléfono: (502) 59361279



www.ressearch.com.gt



LAS ÁREAS EN LAS QUE CONVERTIMOS INFORMACIÓN EN VALOR



Evaluación de Conceptos

Estudios que predicen las reacciones de los consumidores ante nuevas marcas, etiquetas, envases, ideas publicitarias y de comunicación. Dan la oportunidad de corregir propuestas de comunicación antes de ser lanzadas al mercado. Para este tipo de objetivos es ideal el aporte de las herramientas neurocientíficas.



Prueba de Productos

Evalúan las reacciones de los consumidores ante características intrínsecas de los productos. Y dan una orientación sobre el interés de compra que generan.



Nivel de Satisfacción de Clientes

Evalúan los factores de desempeño de nuestra compañía, que generan preferencia y fidelidad en los clientes, siendo una herramienta indispensable en los programas de calidad y mejora continua.



Teléfono: (502) 59361279



www.ressearch.com.gt

LAS TÉCNICAS ESTRUCTURADAS QUE NOS SIRVEN DE BASE PARA INVESTIGAR

¿QUÉ Y POR QUÉ?

- Sesiones en grupo
- Entrevistas a profundidad

¿CUÁNTO?

- Estudios cuantitativos a través de entrevistas individuales estructuradas

REACCIONES EMOCIONALES SUBCONSCIENTES

- Estudios neurocientíficos

TÉCNICAS ESTRUCTURADAS DE INVESTIGACIÓN

SESIONES DE GRUPO Y ENTREVISTAS INDIVIDUALES A PROFUNDIDAD

- *¿Cómo funcionan las categorías y cómo se relacionan con sus consumidores?*
- *¿Cuáles son las motivaciones y limitaciones que estimulan o frenan el consumo?*
- *¿Cómo son percibidas y valoradas las marcas?*
- *¿Qué factores influyen en la selección de las marcas?*



ESTUDIOS CUANTITATIVOS A TRAVÉS DE ENTREVISTAS INDIVIDUALES ESTRUCTURADAS

- Extrapolación de la información a toda la población
- Conocimiento de la posición competitiva de las marcas
- Seguimiento al desempeño de las diferentes variables del marketing
- Conocimiento del share de las características de productos o servicios como empaques, presentaciones, sabores, estilos, (si no se cuenta con Auditorías de Distribución).



Teléfono: (502) 59361279



www.ressearch.com.gt

RESEARCH

Construyendo el valor de su marca

TÉCNICAS ESTRUCTURADAS DE INVESTIGACIÓN

ESTUDIOS NEUROCIÉNTIFICOS

- Conocimiento contundente de la idoneidad de elementos publicitarios destinados a comunicar la estrategia de comunicación de una marca:

Anuncios de TV, Radio, Prensa, Afiches, Vallas, diseños de etiquetas y empaques, planogramas de productos y categorías en supermercados, experiencia del usuario en páginas electrónicas.



Teléfono: (502) 59361279



www.ressearch.com.gt

RESEARCH

Construyendo el valor de su marca

NEUROCIENCIA APLICADA

Nuestro cerebro tiene tres “cerebros asociados”:

1. **El Cortex o Cerebro Racional**, opera las actividades funcionales, lógicas y de análisis.
2. **El Límbico o Cerebro Emocional**, registra emociones, sensaciones
3. **El Reptiliano**, registra la actividad instintiva y de supervivencia.

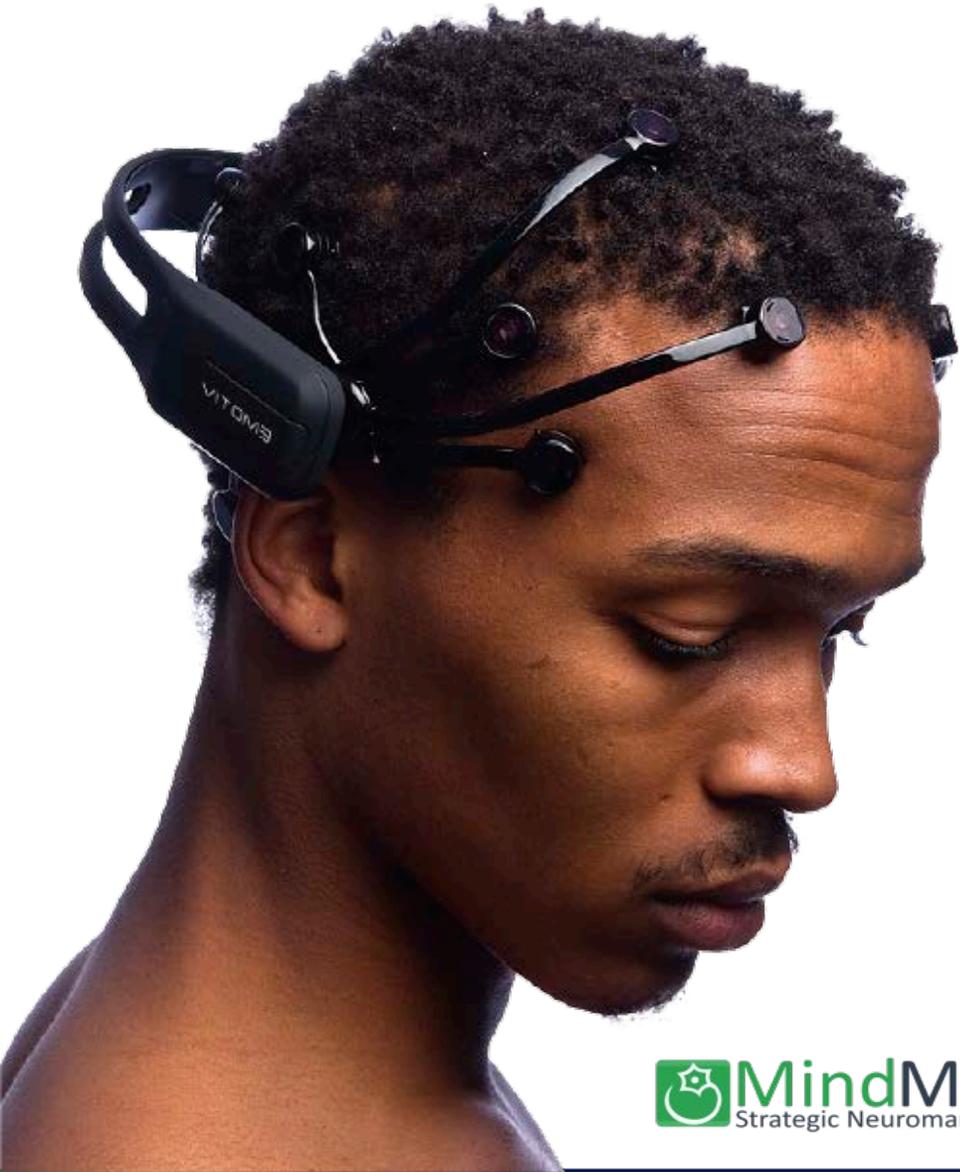


 **MindMetriks**
Strategic Neuromarketing Experts

Las neurociencias han investigado que más del 85% de nuestras decisiones se producen a un nivel inconsciente (*Cerebro Emocional*)

Ante este descubrimiento se ha desarrollado una metodología científica precisa que permite detectar qué parte del cerebro se activa ante la presentación de estímulos publicitarios y de comunicación.

Con la aplicación de esta herramienta podemos orientar para que los elementos evaluados se dirijan más eficientemente hacia la generación de vínculos emocionales y la construcción de fidelidad hacia las marcas.



NEUROCIENCIA APLICADA

A través de equipos tecnológicos especializados conocemos las reacciones fisiológicas del cerebro y del órgano ocular al momento de estar expuestos a un determinado estímulo. Utilizamos dos tipos de equipos: el electroencefalógrafo aplicado a los intereses del marketing (una banda con dos electrodos) y el eye tracker.

La banda (**electroencefalógrafo**) es sensible al accionar tanto del sistema racional como del sistema límbico del cerebro. De ahí se obtienen índices de atención, de impacto racional y de impacto emocional generados por los estímulos presentados.

El **eye tracker** provee de una gran variedad de indicadores que permiten determinar la idoneidad mercadológica de un elemento publicitario. Entre estos indicadores se encuentran: la ruta de la vista sobre las diferentes partes del estímulo visual, nivel de atención que generan las diferentes partes del estímulo, e índices de desempeño visuales de las partes estratégicas del estímulo.



Contamos con la representación y el respaldo científico de empresa líder en América Latina en la aplicación de la metodología neuronal.



Teléfono: (502) 59361279



www.ressearch.com.gt

RESEARCH

Construyendo el valor de su marca

NUESTRO COMPROMISO ES PROPORCIONAR INFORMACIÓN ACCIONABLE EN LA CONSTRUCCIÓN DE CADA ELEMENTO QUE DA VALOR A LA MARCA.

Los más de 25 años de experiencia en marketing y creación de comunicación de marcas, nos permite colaborar en el **diseño de estrategias de comunicación y posicionamiento** y sus aplicaciones a un branding 360, creando naming, identidad de marca como logos, iconografía, etiquetas, empaques, campañas publicitarias, activaciones y marketing digital.

Contamos con la representación de Total Brand Inc, agencia de publicidad argentina, especializada en el mercado latino de los EEUU. (www.totalbrandinc.com)



SOMOS APASIONADOS POR LAS MARCAS Y EL CONOCIMIENTO



Luis Illescas – Director General

- Con más de 30 años de experiencia en Investigaciones de Mercado. Experiencia en creación y desarrollo de proyectos integrales de marcas y nuevos productos.
- Su amplia experiencia en Mercados Multi-Culturizados le ha nutrido de todas las variables antropológicas que intervienen en las culturas de las marcas y sus saludables desarrollos.
- Humanista y Profesional de la Investigación, del Branding y del Marketing. Master en Administración de Empresas y Marketing.

SOMOS APASIONADOS POR LAS MARCAS Y EL CONOCIMIENTO

Patricia Furlán – Directora de Operaciones

- Con más de 15 años en Investigación de Mercados, especializada en estudios cuantitativos.
- Con más de 10 años de experiencia en desarrollo de marcas, productos nuevos, proyectos de comunicación y experiencia en CRM.
- Profesional del marketing
- Master en Administración Financiera.



Teléfono: (502) 59361279



www.ressearch.com.gt

Queremos construir el valor de su
marca, y verla crecer.

www.ressearch.com.gt



Teléfono: (502) **59361279**



luisillescas@ressearch.com.gt



patriciafurlan@ressearch.com.gt

