

Generación de insights

mambø

FAM

Setiembre, 2019



Solucionamos **tres grandes tipos de retos**

Transformación de **Cultura**

Buscamos **generar los comportamientos** que la estrategia de la organización necesita al identificar y derribar las barreras culturales.

Transformación de **Experiencia**

Buscamos **rediseñar la experiencia de un producto o servicio actual** para así mejorar la satisfacción del usuario y generar la conducta deseada.

Transformación de **Marca**

Buscamos **potenciar las marcas** de nuestros clientes para que conecten más con su público objetivo al agregarles valor y la sociedad.

Estos son algunos de los desafíos que nuestros clientes nos han confiado (y siguen confiando).



¿Cómo atraemos a la nueva generación de compradores para mantener a Wong como líder del segmento a largo plazo?



¿Cómo generamos una cultura de seguridad en las embarcaciones y plantas de producción?



¿Cómo transformamos la experiencia de nuestros clientes para convertirla en un factor de diferenciación positiva?



¿Cómo educamos y nos acercamos a nuestros clientes para fidelizarlos?



¿Cómo reducimos los niveles de anemia en el Perú a partir del consumo de un nuevo producto?



¿Cómo aumentamos nuestras transacciones y ventas por los canales digitales?



¿Cómo creamos una experiencia de compra verdaderamente relevante que conecte con las mamás mexicanas?



GOLD FIELDS

¿Cómo generamos una cultura de innovación con ownership claro de los resultados?

Insight

Insight

motivación profunda del consumidor en
relación a su comportamiento hacia un
sector, marca o producto

Insight

oportunidad por aprovechar o
barrera a derrumbar

Insight

oportunidad por aprovechar o
barrera a derrumbar



Innovar

(aprovechando o derrumbando)

Reportable

Observable

Reportable

Observable



Subyacente

Reportable

Observable

Subyacente

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué?



Insight = Argumento

A
R
E
t
technique

Los insights no son estadísticas
aisladas u opiniones sin sustento.
Mas bien, **un insight no es otra
cosa que un argumento**: una
aserción apoyada por razones o
hallazgos, sustentados por evidencia.

Insight

oportunidad por aprovechar o
barrera a derrumbar



Innovar

(aprovechando o derrumbando)

Insight

oportunidad por aprovechar o
barrera a derrumbar



Innovar

(aprovechando o derrumbando)

Con el tiempo **el concepto de “insight” perdió su enfoque** y hoy en muchas lugares hemos pasado de buscar conectar con las personas, a simplemente analizar usuarios y hasta en casos, a usar los insights como sustento de nuestras ideas, en vez de crear a partir de ellos.

“¿Cuál es el insight que vamos a usar para **sustentar** esta campaña?”
- Gerente de Marketing (empresa regional de banca)

Para innovar y, por ende, transformar un producto no basta
con tener el insight correcto.

Insight



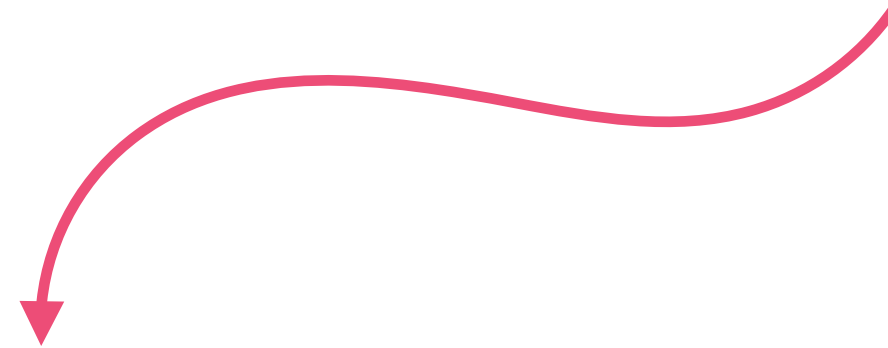
Innovar

Insight
+
Empatía



Innovar

Empatía



nos permite tener el **foco correcto** a la hora de crear

sentir es más que entender, está bueno entender a profundidad pero para innovar hay que sentir

Empatía



```
graph TD; A[Empatía] --> B[nos permite tener el foco correcto a la hora de crear]; A --> C[nos genera la urgencia a cambiar las cosas, dándonos el drive detrás de la innovación];
```

nos permite tener el **foco correcto** a la hora de crear

sentir es más que entender, está bueno entender a profundidad pero para innovar hay que sentir

nos genera la **urgencia a cambiar las cosas**, dándonos el drive detrás de la innovación

nos da **resiliencia**, innovar no es sencillo y toma muchas caídas



Claró



00:06:55:00









Identificar un **insight mediante la empatía** nos permite no solo **entender a profundidad** un problema u oportunidad, sino que sobretodo **nos compromete con el cambio**.







INSIGHTS

Perro adoptado = Perro con problemas

Perros en las calle = Problema de otro
= No es problema

Asociación = Vive de donaciones



REVALORIZAMOS LA "MARCA DE LOS PERROS"

Un WUF es:

Un perro rescatado.

Un perro seguro.

Un perro único.

Un perro noble.





[¿Qué es WUF?](#)

[Adopta](#)

[Únete a WUF](#)

[Preguntas frecuentes](#)

[Club WUF](#)



ANITA

Hembra | 3 año(s) y 6 mes(es)



ARCANIE

Macho | 3 año(s) y 8 mes(es)



BELLA

Hembra | 5 año(s) y 1 mes(es)



BELLA

Hembra | 2 año(s) y 5 mes(es)



BERRY

Hembra | 8 año(s) y 2 mes(es)





LA COMUNIDAD DE
LOS PERROS



¿TE
UNES?

