

Setiembre de 2019

INVESTIGACIÓN EN MARKETING

Nuevas Tecnologías al Servicio del Entendimiento del Consumidor



A word cloud on a light gray background. The word 'TENDENCIAS' is the largest and is colored magenta. Other words are in black and white, of varying sizes. The words are arranged in a way that they seem to flow around the central word. Some words are repeated, like 'de los consumidores' and 'de móviles y redes sociales'. The overall theme is marketing and consumer behavior.

android whatsapp inbox like **CO-CREACIÓN**
apple **OMNIPRESENCIA** de móviles y redes sociales **COLABORACIÓN**
share instagram con el consumidor
SATURACIÓN de información
follow **TENDENCIAS** network
difícil **PARTICIPACIÓN** marcas con **PROPÓSITO** facebook post
de los consumidores contacto historias community Altas tasas
trending topic **RECHAZO**

CAMBIA DÍA A DÍA

Retando a la investigación a transformarse, adaptarse y reinventarse.

CÓMO CONECTAR

Incorporando metodologías ágiles, innovadoras y cercanas al consumidor.



CONSUMIDOR

NUEVAS HERRAMIENTAS

Investigación pasiva, online y face to face



COMUNIDADES ONLINE

Con interacciones vivenciales en entornos convencionales



EYE TRACKING

Mide el comportamiento no declarado permitiendo hacer un comparativo entre lo que el consumidor dice y observa

01

Muestra el recorrido de la mirada, el tiempo de fijación visual, los elementos que capturaron más y menos la atención

02

Lo primero que ven, cuanto tiempo lo ven, lo mas relevante, % de consumidores que vieron una determinada zona, relación del espacio que ocupa vs la atención dedicada



BEHAVIORAL

Recolección pasiva, técnica que observa el comportamiento online de las personas

Previo consentimiento, de todas las actividades realizadas en múltiples dispositivos

Rastrear el uso de las App's instaladas o las URL's visitadas

Momento, tiempo de uso o navegación

Categorías, palabras de búsqueda, etc.

Mide la realidad y descubres oportunidades



AUDIO MATCHING

Escucha pasiva a través de la captura del sonido desde cualquier dispositivo



¿Qué es?

Tecnología de reconocimiento automático de contenido



¿Cómo funciona?

Identifica, del sonido ambiental, piezas pertenecientes al estudio



¿Qué obtiene?

Conocer lo que escuchan los consumidores



¿Para qué?

Medir la eficacia publicitaria y entender el consumo de medios



INCORPORACIÓN DE RECOLECCIÓN 360°

Permite obtener una visión panorámica del consumidor



Perfil
¿Quién es?

Panel perfilado



Post test publicitario
¿Qué escucha?

Audio matching



Opinión
¿Por qué?

Encuesta online/
comunidades



Ubicación
¿De dónde es?

Geo localización



Comportamiento
¿Qué está
haciendo?

Behavioral

QUE VENIMOS APRENDIENDO

Aprendizajes en los últimos años del mundo de investigación de mercados

La investigación de mercado va más allá de hacer preguntas, es dialogar con los consumidores

Romper paradigmas y desaprender

Adopción de herramientas inteligentes

Conectar con el consumidor desde las plataformas que conocen y prefieren

Nuevas fuentes de información con posibilidades infinitas





Itala Padilla Bahamonde

Directora de Proyectos de Datum Internacional



ipadilla@datum.com.pe



[\(+51\) 945160241](https://wa.me/51945160241)