

Marketing

Pulso Comercial

MERCADO

.INVESTIGACIÓN
.PROCESOS
.ESTRATEGIA

Inteligencia, Procesos y Estrategia

MARKETING

Los ámbitos en que se proponen poner en práctica medios y conocimientos de Marketing son infinitos; desde abarcar el mercado hacia consumidores hasta el Marketing Político que hoy vemos. Sin embargo el Marketing siempre deberá ser inteligente antes que nada y práctico antes que complejo y repetitivo; porque los ciclos cambian, los personajes cambian y los escenarios cambian. En este contexto hay que ser más audaces y no contar con los mismos canales para obtener información, ahora hay que diversificar este importante suministro y en esta fase **sí esperar ser innovadores y aplicar métodos que sean efectivos** para la gestión y los objetivos.

m

CONSULTORA

mainland™



+511 2256544



ri@fbco.biz



www.mainlandc.com



www.fbco.biz



ESTUDIOS Y GESTIÓN

1. Investigaciones focales y especializadas

Las investigaciones y estudios son fundamentales antes de tomar llevar a cabo cualquier acción como:

- **Para el Plan Estratégico:** sin información sustancial y habiendo abarcado todos los temas medulares en la estrategia no es posible elaborar el Plan Estratégico y cualquier decisión. El suministro de información es la clave para tener una adecuada lectura situacional de lo que se busca saber antes de hacer.
- **Para la Toma de Decisiones:** antes de precipitarse o actuar a demasiado corto plazo; en razón de las inversiones a realizarse y del nombre de la compañía, es fundamental justificar estas decisiones respaldadas a través de estudios especializados.
- **Para lanzar un Producto:** el producto en sí implica muchos procesos que anteceden a su comercialización; es por ello que deben realizarse estudio y mediciones orientados a determinar los atributos del producto como: su usabilidad, su ergonomía, su aceptación, su diferencia frente a la competencia, su segmentación, etcétera.
- **Para lanzar un Servicio:** el servicio tendrá relación directa siempre con el cliente o usuarios; estos son factores determinantes para dominar el mercado y tener una propuesta mucho más atractiva u global. Se llevan a cabo estudios comparados (como lo está ofreciendo la competencia), se refuerzan los procesos internos y se monitorea constantemente este bloque.
- **Para lanzamiento de Marca:** el intangible de toda empresa es su distintivo, su marca; la cual alimenta y la fortalece en el tiempo a través de atributos y modernidad. Para ello no sólo hace falta la combinación de colores apropiados y un eslogan que describa lo mejor de la empresa; sino saber si la marca está posicionada, qué atributos le atribuyen, si es generadora de confianza y si la nueva imagen gusta.

Para todo en necesario llevar a cabo estudios prospectivos.



MECÁNICA:

.ANÁLISIS
.PLANEAMIENTO
.APLICACIÓN

Cada punto cuenta con muchas realidades y objetivos focales según cada empresa como:

- Mineras, Petroleras, Gasíferas, Extractivas, etc.
- Industrias de Alimentos, Laboratorios, etc.
- Bancos, Financieras, AFPs, Aseguradoras, etc.
- Retails, tiendas, boutiques, supermercados, etc.
- Telefonía, Servicios Públicos, Negocios, etc.
- Toda clase de empresas, industrias e instituciones

Llevamos a cabo diversos estudios, aplicando métodos innovadores y fusionando aplicaciones técnicas que nos permitan obtener indicadores más fehacientes y efectivos.

Criterios y enfoques:

Aplicamos diversas metodologías, no sólo del campo propiamente del Marketing, sino, de otras disciplinas. Además, en la búsqueda de obtener mejores resultados, fusionamos dos o más métodos dentro de un mismo estudio. Así logramos una lectura situacional más certera y por ende más utilizable para nuestros clientes.

No nos centramos en llevar a cabo estudios mecánicos, como lo podrían ser las encuestas, sino buscamos la verdad o acercarnos a ella dándole mayor maniobrabilidad al método aplicado.



2. Servicios especializados

Brindamos total cobertura de servicios sobre estudios, investigaciones, monitoreos, gestión y ejecución:

- ✓ **Investigaciones** y Estudios de Mercado
- ✓ Estudios **Comerciales**
- ✓ Estudios de Mercados Macro - Inversiones
- ✓ Perfil de segmentos de interés
- ✓ **Estudios cualitativos** no convencionales, pero altamente efectivos
- ✓ Estudios de la **Calidad de Servicio y relación con los clientes**
- ✓ **Investigaciones cuantitativas:** encuestas personales, telefónicas, correos y canales alternativo
- ✓ **Investigaciones cualitativas:** entrevistas personales, focus group, roles, análisis
- ✓ **Posicionamiento:** estudio y benchmark
- ✓ **Desarrollo de marca:** Branding, BTLs
- ✓ **Control comercial:** ofertas, campañas, monitoreo
- ✓ **Evaluaciones de usabilidad** ISO/IEC 9241: prototipados de productos, enlazamiento, diseños
- ✓ **E-Marketing:** estrategias para Internet 2.0 / B2B / B2C / Redes Sociales
- ✓ Programas de Fidelización de Clientes
- ✓ **Inteligencia comercial:** Benchmark, monitoreos comparados, competencias, campañas
- ✓ **Outsourcing de Marketing:** nos encargamos parcial o totalmente del departamento especializado
- ✓ **Estrategias:** para el producto o servicio, para el precio, para la plaza o distribución, para la promoción y SEO, para el soporte y servicio.

Contamos con nuestros propios métodos elaborados a partir de la investigación de diversos ámbitos y casos; esos resultados no permiten obtener una línea de desarrollo profesional que finalmente es ofrecido en forma de servicio para nuestros clientes. **Esto nos permite saber con certeza qué método o fusión de criterios metodológicos son necesarios** para obtener indicadores más certeros y efectivos.

Nuestros Métodos

Cada empresa, negocio e institución, de acuerdo al rubro, requiere de métodos diferenciados para llegar a obtener mejores indicadores, inclusive aplicando métodos mixtos. Es el caso, **por ejemplo:**

Una empresa busca realizar un estudio de posicionamiento, y para ello piensa que debe hacer una encuesta (*casi todo parece llevarte a una encuesta*), cuando el método que aplicaríamos sería un proceso de laboratorio en las calles con el uso de encuesta apoyada en paneles visuales para ser resueltas, entre ellas: las empresas con presencia en la zona en únicamente letras Arial 12; otro panel sólo con los logos; igualmente con los nombres de las empresas referentes; y finalmente todo el Logo; así se evoluciona la idea y recordación de las personas sobre una marca; luego se asocian al por qué las consideran referentes y sus atribuciones.

Consideraciones metodológicas:

- Los objetivos
- A quiénes van dirigidos
- Cómo obtener esta información
- Métodos aplicados
- Trabajo de campo y gabinete
- Medios cuantitativos y/o cualitativos
- Análisis y Recomendaciones

Implementación y Cobertura:

- La cobertura es a nivel Nacional
- No tercerizamos ningún proceso
- Personal de campo propio
- Contamos con aplicativos Offline
- Contamos con interfaces Online
- Soporte de Mainland System®

CONSULTORA

mainland™



GRUPO FBCORP
FOUND BUSINESS CORPORATION