



Perfil y hábitos del Consumidor

Descripción

Genera estrategias de venta, marketing y producto más exitosas profundizando en el conocimiento de tu consumidor, potencial o actual. Este producto te permitirá entender no sólo sus datos demográficos, como cualquier otro estudio del mercado, sino conocer sus estilos de vida y la forma en cómo toman decisiones.

¿Para qué sirve?

- Identificar nuevos hábitos, tendencias y nichos de mercado.
- Identificar mejoras en tu oferta, producto, valor añadido y su comunicación.
- Anticipar cómo se percibirá una extensión de línea de un producto ya exitoso.
- Validar estrategias de co-branding sobre marcas y/o productos de diferentes categorías para lanzar uno nuevo en conjunto.
- Mejorar tus márgenes de utilidad al identificar la elasticidad de la demanda por precio.
- Validar o averiguar las causas de movimientos en ventas originadas en el comprador.

¿Para quién es este estudio?

- Market Research
- Consumer Insights
- Marketing
- Brand Managers
- Product Managers
- Agencias de Medios
- Agencias de Publicidad
- Consultores de Marketing

Indicadores principales

Consumidor por intensidad

- Heavy, Medium y Light
- Peso por tipo de consumidor
- Empaques consumidos
- Marcas preferidas
- Drivers de consumo
- Limitantes de consumo
- Frecuencia de consumo

Clusterización consumidores por estilos de vida

- Customers personas a través de cluster analysis por k-means
- Peso de consumos por cluster
- Empaques consumidos por cluster
- Marcas preferidas por cluster
- Drivers de consumo por cluster
- Limitantes de consumo por cluster
- Frecuencia de consumo por cluster
- Indicadores específicos de cada estilo de vida

Panorama de Consumo de la categoría o marca

- Funnel de consumo
- Empaques más consumidos
- Versiones preferidas
- Categorías/Marcas complementarias
- Categorías/Marcas consumidas
- Drivers de consumo espontáneos
- Limitantes de consumo espontáneas
- Formas de consumo
- Lugares de consumo
- Duplicidad de lugares de consumo
- Acompañantes de consumo
- Frecuencia de consumo

Árbol de Decisión de Consumo

- Árboles de decisión de consumo de la categoría/marca.
- Jerarquización de la categoría/marca.

Módulos adicionales

Hábitos digitales:

Hábitos de consumo de medios y herramientas digitales. Segmenta en: Analógico, Moderado, Social, Nativo digital.



Tendencias alimenticias:

Tendencias de dietas y alimentación que siguen. Segmenta en: Vegano, Vegetariano, Indiferente Dieta y Moda.



Uso de tecnología:

Gadgets o herramientas tecnológicas, actitud hacia la tecnología. Segmenta en: Innovador, Early adopter, Mainstream, Laggard.



Consumo medios tradicionales:

Intensidad de uso y preferencia de medios (radio, televisión, revistas y periódicos). Segmenta en: Heavy, medium y light consumers.



Orientación a marca:

Estilo de marcas preferidas en tu categoría. Segmenta en 4 estilos: Premium, Regular, Marcas libres, De moda.



Orientación a precio:

Entendimiento de cómo el precio afecta la decisión de compra. Identifica los drivers de compra (precio, la marca o la calidad del producto).



Módulos adicionales

<p>Tiempo Libre: Principales actividades realizadas y horas dedicadas. Segmenta en: Deportivo, Crecimiento personal, Cultural, Entretenimiento en casa, Viajero, Compras, Aprendizaje, Social.</p> 	<p>Consumo de medios digitales: Páginas más visitadas, redes sociales usadas y tipo de contenido que le genera más engagement. Segmenta en: Hiperconectado, Follower, Anónimo, Informado, Desconectado.</p> 	<p>Hábitos de salud: Rutinas de cuidado personal y de salud, así como check ups médicos. Segmenta en: 1: Saludable, Descuidado, Normal 2: Informado, Precauido, Desconocedor, Alternativo.</p> 
--	--	--

Metodología

La metodología de Atlantia Search está conformada por un análisis de correlación multi y mono variable con la categoría/marca para generar marcos de interpretación; un funnel de consumo de la categoría/marca, modelo que permite conocer las incidencias de tu categoría/marca; el **Lifestyle Clustering** segmentation donde integramos un algoritmo iterativo para generar grupos e identificar perfiles demográficos; y un **Drivers and Decision Tree Analysis**: modelo predictivo para destacar patrones en la toma de decisión.

¿Cómo funciona?

-  Selección de **tipo de usuario** y las dimensiones de perfilamiento que deseas.
-  Programación de instrumento y lanzamiento a **panel segmentado**.
-  Análisis estadístico para la identificación de **patrones de consumo y estilos de vida**.
-  **Entrega de reporte** de resultados accionables.

Diferenciadores

	 Encuesta ad hoc	 Paneles de hogares	 Atlantia Search
Longitud del instrumento	⊖ Según proveedor	⊗ Largo	✓ Optimizado
Tiempo de levantamiento	⊖ Depende	⊗ Meses	✓ Menos de 1 mes
Facilidad en la accionabilidad de la información	⊖ Según proveedor	⊗ No, requiere procesamiento	✓ Sí
Expertise en research requerido	⊗ Alto	⊗ Alto	✓ No
Sistema de módulos para profundizar en el perfilamiento según estilos de vida	⊗ No	⊗ No	✓ Sí
Incluye variables adicionales al consumo	⊖ Según proveedor	⊗ No	✓ Sí

Casos de uso

-  Empresa de FMCG desea optimizar su portafolio e **identificar las presentaciones y versiones de menor consumo** para eliminarlas sin generar descontento entre los consumidores leales a su marca.
-  Empresa de alimentos enlatados **desea conocer quienes son sus consumidores** para generar estrategias de comunicación marketing más enfocadas a ellos y eficientar sus presupuestos.
-  Empresa de **productos de belleza estaba perdiendo share de mercado** y al identificar nuevos usos de producto pudo generar una estrategia de comunicación para detonar consumo.
-  Empresa internacional desea conocer qué productos de su portafolio **tendrán más éxito en el mercado** mexicano al que va a expandirse.

Ejemplo de producto



Si deseas conocer más del producto descarga nuestro ejemplo reporte y conoce un caso de éxito del mismo.

[Conocer caso de éxito](#)

[Ver reporte](#)

Si quieres datos específicos de tu industria.

[Contáctanos](#)

