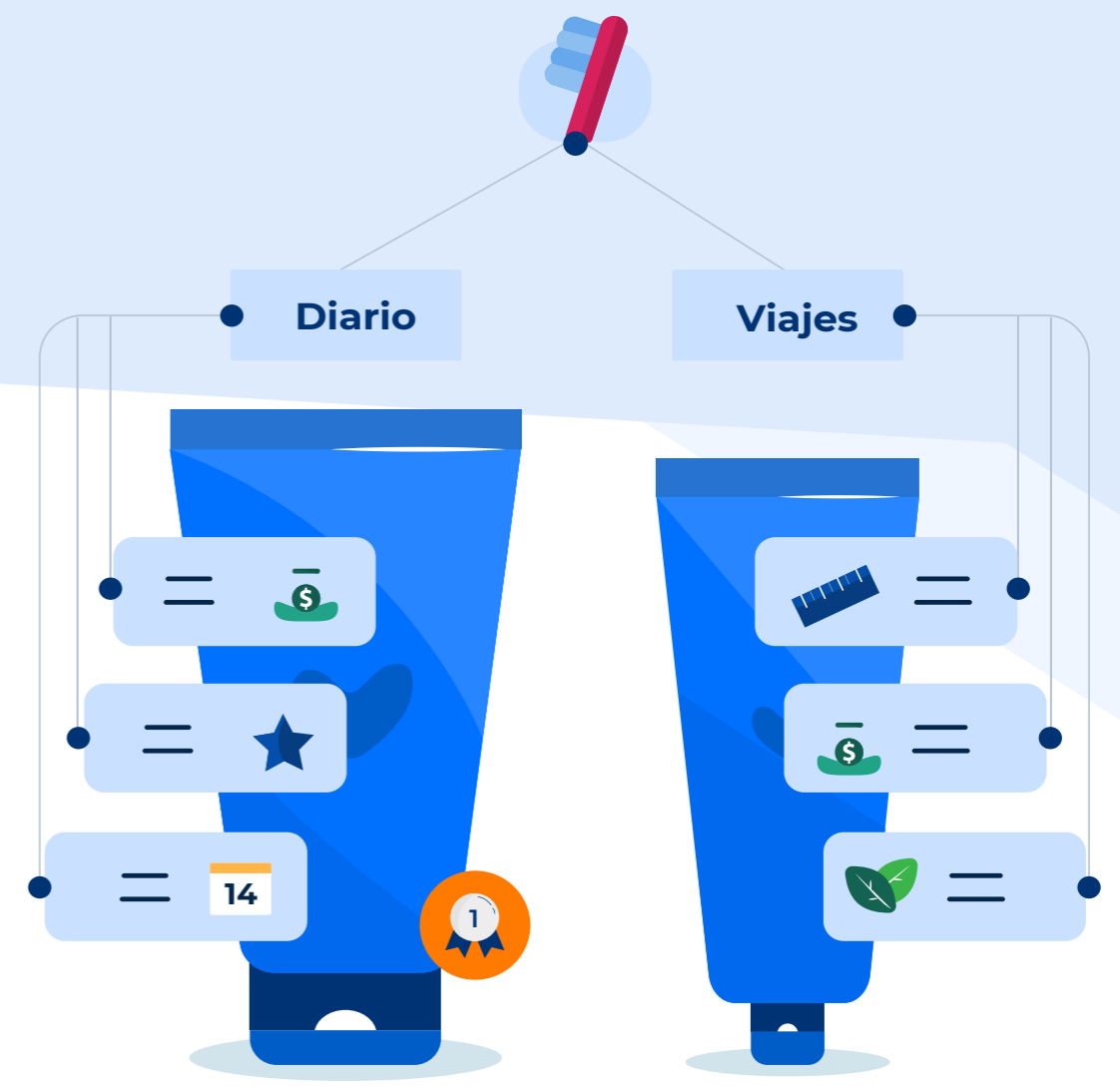


Agile Decision Tree [AD3]



Descripción

Mejora tus estrategias de punto de venta y comunicación con tu consumidor a través de la jerarquización de las variables más relevantes en su proceso de decisión de compra. Mediante nuestro Hierarchy Occasion Construction Algorithm y una visualización accionable, podrás identificar los atributos clave, las ocasiones y las características que no están conectando con tu cliente en los diferentes canales de compra.

¿Para qué sirve?

Identificar bajo qué escenario un atributo adquiere mayor relevancia.

Conocer las ocasiones más relevantes para el producto y analizar cómo se transforma el rol del producto en las diferentes ocasiones por perfil.

Identificar posibles extensiones de línea de producto detonadas a partir de las prioridades del consumidor al momento de comprar la categoría.

Entender un target específico y cómo comunicarse con él.

Conocer las oportunidades de acomodo del producto del producto en los diferentes canales de compra.

¿Para quién es este estudio?

Market Research

Consumer Insights

Category management

Product manager

Marketing

Trade marketing

Product Development

Indicadores principales

• Análisis de árboles de decisión del producto

- Árboles de decisión por ocasiones
- Árboles de decisión por canal

• Análisis de atributos por importancia en decisión

- Atributo clave de la categoría
- Atributos diferenciales
- Atributos secundarios
- Cuadrante de clasificación de atributos

• Análisis de variabilidad de atributos

- Atributos estables
- Atributos de baja variabilidad
- Atributos de alta variabilidad

• Árboles especiales por ocasiones

- Árbol de decisión de ocasiones cotidianas
- Árbol de decisión de ocasiones fuera de la rutina
- Árbol de decisión de ocasiones extraordinarias (si aplica)
- Árbol de decisión por momento específico

• Árboles por segmentos

- Árbol de decisión de heavy consumer
- Árbol de decisión de medium consumer
- Árbol de decisión de light consumer

• Entendimiento de la compra

- Actividades antes de la compra
- Comportamiento durante la compra
- Características relevantes de la compra
- Presentaciones compradas
- Rango de precio de compra
- Influencers de compra
- Lugares de compra

• Compra de la marca

- Drivers de compra de la marca / producto cliente
- Limitantes de compra espontáneas y ayudadas
- Frecuencia de compra de la marca
- Intensidad de compra

• Relación con la marca

- Incidencia de consumo de la categoría
- TOM y SOM de la categoría
- Marcas consumidas
- Marca de mayor preferencia

• Hábitos de consumo

- Productos con los que acompañan el consumo
- Periodicidad del consumo
- Momentos de consumo
- Decisor de consumo
- Consumidor final

✓ Metodología

La metodología de Atlantia Search para este estudio incluye nuestro **Hierarchy Occasion Construction Algorithm** con el que es posible construir ocasiones a partir de diferentes variables y patrones de consumo, así mismo se identifican y jerarquizan las variables más relevantes del proceso de decisión de compra. Mediante una visualización amigable de los atributos clave de tu producto o servicio, puedes identificar patrones o modificaciones en la relevancia, lo cual te permitirá tener mejores insights de comunicación, placement y engagement con tu consumidor.

⚙️ ¿Cómo funciona?

1. Define la categoría de producto y las variables a estudiar.
2. Programación de instrumento y lanzamiento a panel segmentado.
3. Construcción de las ocasiones y análisis de rankings.
4. Entrega de reporte de resultados accionables.

💬 Casos de uso



Retailers buscan obtener una herramienta de negociación que les permita mostrar a profundidad los usos de las diferentes versiones o presentaciones de sus productos, las ocasiones de consumo, el proceso de toma de decisiones y avalar los lanzamientos en un formato diferente de producto; lo anterior con el objetivo de conocer el potencial de sus productos y los lugares en donde puede ser



Empresa de salsas desea conocer con mayor profundidad las ocasiones y momentos de consumo en que se compran sus versiones de salsa líquida y en polvo. Los insights contenidos en este estudio le ayudaron a entender de mejor forma las diferentes versiones y planeó el lanzamiento de tres nuevos productos que cubren necesidades insatisfechas en el mercado.

📺 Ejemplo de producto



Si deseas conocer más del producto, descarga nuestro caso de éxito.

[Conocer caso de éxito](#)

Si quieres datos específicos de tu industria.

[Contáctanos](#)

