

- › Tenemos una amplia experiencia comercial especializados en Ventas y Marketing.



Investigación de Mercado

DESODORANTES

- › Investigación de mercado es un proceso utilizado para resolver problemas entre la empresa y sus mercados, mediante la búsqueda y el análisis de información

SABÍAS QUÉ ...

Elas utilizan **1 vez** al día desodorante.



Los mujeres eligen el desodorante por sus "Características":



FRAGANCIA



ANTI HUMEDAD

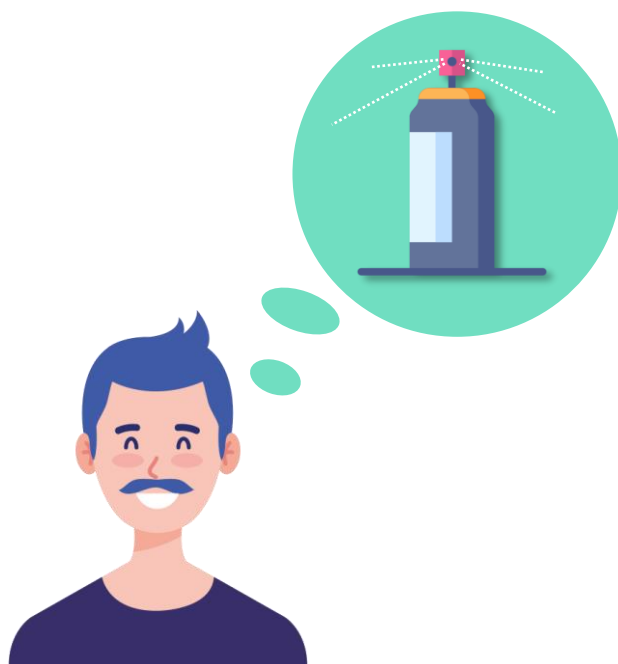
Ellos utilizan **2 veces** al día desodorante.



El **2do** canal de compra elegido son las farmacias



7 de cada **10** varones utilizan desodorante en **SPRAY**.



EVALUACIÓN DEL MERCADO

❖ EVALUACIÓN DEL MERCADO

- **PARTICIPACIÓN DE MERCADO (COMPRA)**
 - Participación por Marca
 - Participación por Tipo
 - Participación por Presentación
 - Participación por Zona
 - Participación por Rango de Edad
- **COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y USO**
 - Frecuencia de Compra
 - Frecuencia de Uso
 - Productos Sustitutos
 - Lugar de Compra
- **EXPLORANDO LAS MARCAS**
 - Top of Mind
 - Recordación espontánea
 - Atributos Valorados
 - Fidelidad a la Marca

EVALUACIÓN DEL CANAL TRADICIONAL

❖ CANAL TRADICIONAL

- **PUESTOS DE MERCADOS Y BODEGAS**
 - Modo y Frecuencia de Abastecimiento
 - Promoción y Publicidad en el punto de Venta
 - Distribución por Marca y Tipo
 - Rotación del Producto

EVALUACIÓN DEL CANAL MODERNO

❖ CANAL MODERNO

- SUPERMERCADOS
 - Participación por Marca
 - Participación por Tipo
 - Participación por Zona

INSIGHT DEL CONSUMIDOR

❖ ESTUDIO DE PROFUNDIDAD

- Conceptualizando la categoría
- Importancia de la marca
- Variables que determinan el uso de la Categoría
- Oportunidades de la Categoría
- Novedades de la Categoría.





Investigación de Mercado

Información de Contacto



(511) 759 3635
955 121 838

info@kamaqibusiness.com.pe

Av. De los Ingenieros N°631
Of. 502, Santiago de Surco - Lima

Visítanos en

www.kamaqibusiness.com.pe

