

Su objetivo es conocer el comportamiento del consumidor durante un periodo de tiempo, detectando cómo reacciona ante la influencia de los medios, competencia y los cambios en el entorno.



Beneficios

- Monitorear indicadores clave, actuando ante cualquier cambio que se presente en el mercado.
- Medir la eficiencia y la efectividad de las estrategias de mercadeo de la empresa versus otros países y a nivel nacional en su relación con la competencia.
- Establecer el consumo semanal - mensual. Consumo con mayor frecuencia. Marca preferida. Frecuencia de consumo. Lugar y ocasión de consumo.
- Identificar preferencia. Razones de preferencia.
- Evaluar campañas publicitarias.
- Evaluar promociones.

Metodología

¿Cómo se hace el estudio?

Es una investigación de corte cuantitativo que se lleva a cabo en las ciudades de interés del cliente, efectuada en hogares cumpliendo con las condiciones necesarias para hacer un levantamiento de esta naturaleza.

Teléfono: (0212) 630.93.00

 **@Datanalisis**



info@datanalisis.com