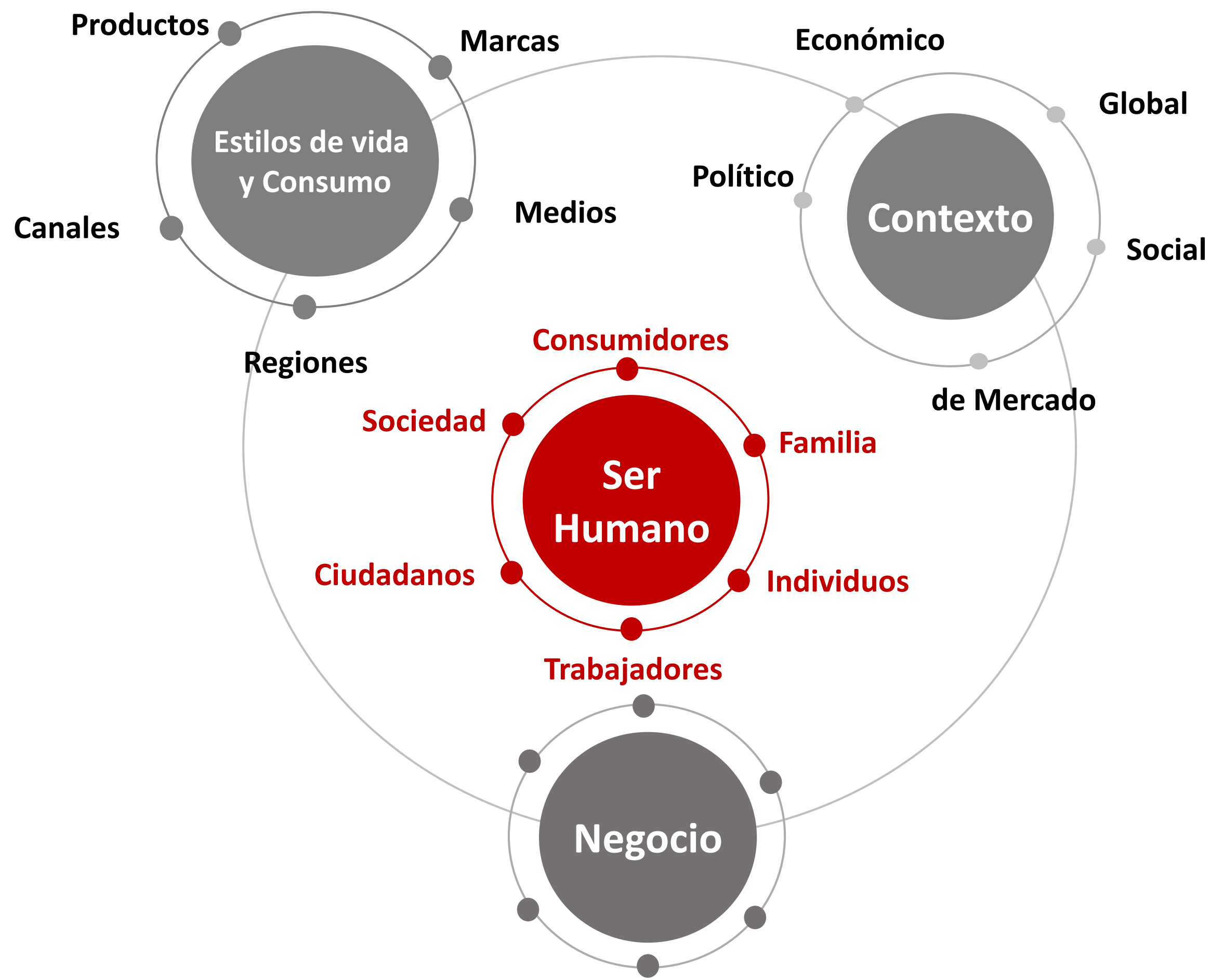




Medimos el **pulso** de cada oportunidad



ESPECIALISTAS EN EL SER HUMANO
Más de 50 años en la industria de la Investigación de Mercados transdisciplinaria con visión de negocios

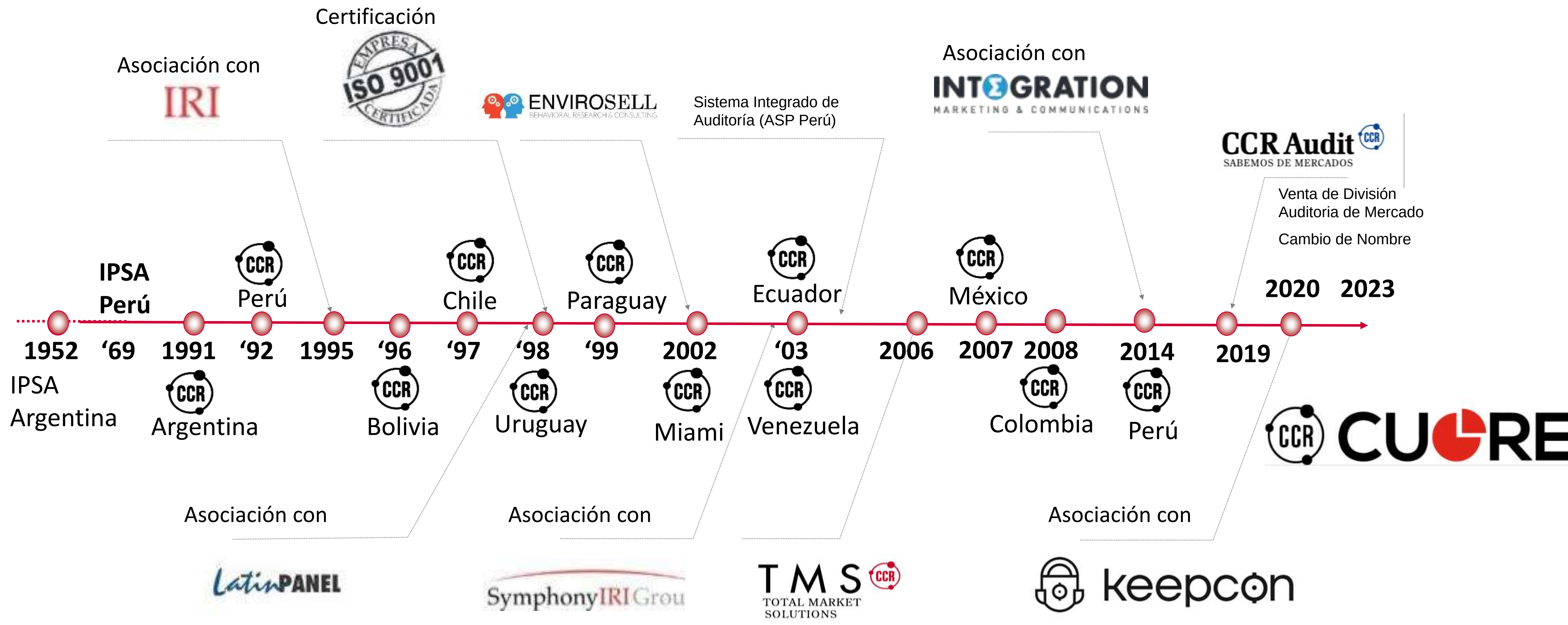


Integración + Articulación de información para transformarla en conocimiento.



Brindamos un **diagnóstico estratégico** que oriente las decisiones de negocio.

Nuestra Historia



Después de una larga negociación con la más grande empresa de investigación de mercados del mundo (Nielsen), se decidió finalmente en abril del 2019, la venta de la división de auditoria de mercado de CCR.

Como consecuencia de esta venta, ahora el foco de CCR es el área de estudios ad-hoc la cual se llama Cuore.

Dada la importancia de este cambio es que el nombre de la división pasa a estar en el nombre de la empresa.



ahora es



Algunos de nuestros más recientes clientes





La Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados es un gremio sin fines de lucro, que agrupa a las empresas de investigación de mercados y de opinión pública, que tiene por finalidad el fomento, desarrollo, protección y defensa de la actividad de investigación de mercados en el Perú, así como la defensa de los intereses gremiales.

Finalidad:

APEIM tiene por finalidad el fomento, desarrollo, protección y defensa de la actividad de investigación de mercados en el Perú, así como la defensa de los intereses gremiales.

Exigencias:

Para formar parte de APEIM los miembros han tenido que pasar por un proceso de evaluación, así como contar con la aprobación de la asamblea. Todos los socios se comprometen a respetar el Código de Ética de la Asociación y a someterse a los acuerdos de la Junta Directiva y del pleno de la asamblea. Para los usuarios de la investigación la existencia de APEIM es una garantía en la medida que se constituye en una instancia supervisora y dirimente en casos donde se produzcan controversias de índole técnica o metodológica entre una asociada y su cliente.



Analizamos las necesidades de nuestros clientes, recomendando la mejor metodología para alcanzar sus objetivos.

Hacemos proyectos de diferentes maneras y con lo mejor de cada metodología.



Métodos Exploratorios

Estudios
Cualitativos



Focus
Groups /
Triadas



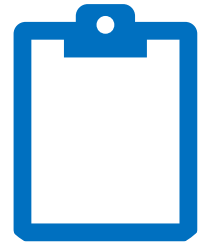
Entrevistas en
Profundidad



Entrevistas
Etnográficas

Métodos Confirmatorios

Estudios
Cuantitativos



Presenciales en
Hogares



Telefónicas



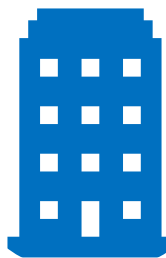
Punto de Venta



Conteo/Observación

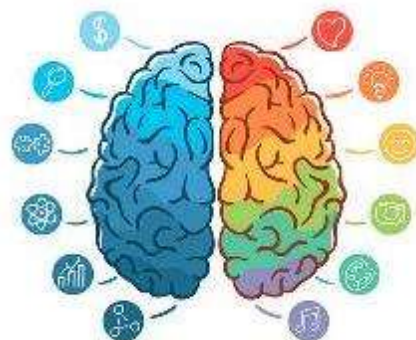


Online/Mobile



Locación
Centralizad (CLT)

Podemos incluir herramientas de neuromarketing en nuestros estudios.
Indicaremos el uso probable en cada metodología con el siguiente icono:





A continuación,
presentamos los estudios
más relevantes de
nuestro portafolio de
servicios.

Mediante los estudios de satisfacción buscamos evaluar 4 indicadores claves, pudiendo ser evaluaciones sistemáticas o anuales.

Asimismo, dependiendo de la frecuencia podremos tener las alertas tempranas: reaccionando inmediatamente después de una evaluación negativa.



Cliente Incognito / Mystery Shopper

Es una simulación de una experiencia de compra/servicio de manera oculta mediante la cual se evalúan los diferentes aspectos de la atención.

Ya sea presencial, telefónico o virtual, el cliente incognito nos puede ayudar a:



Ya se de manera cualitativa o cuantitativa, buscamos evaluar como estamos posicionados en la mente del consumidor monitoreando los 6 principales indicadores.

Se puede realizar en una sola medición o de manera sistemática (Tracker)



Aumenta el top of mind.



Potencia los atributos de liderazgo, calidad y mejor marca.



Impulsa la consideración de compra online.



Fomenta el conocimiento espontáneo de la marca.



Incrementa las visitas al sitio web.



Fortalece la recordación publicitaria.



Pre-Test publicitarios

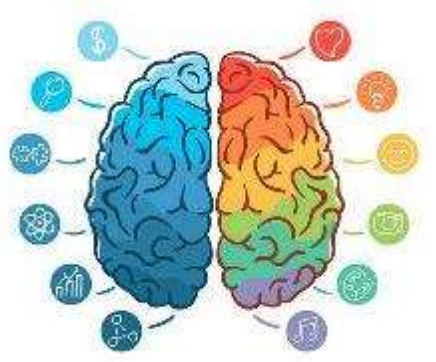
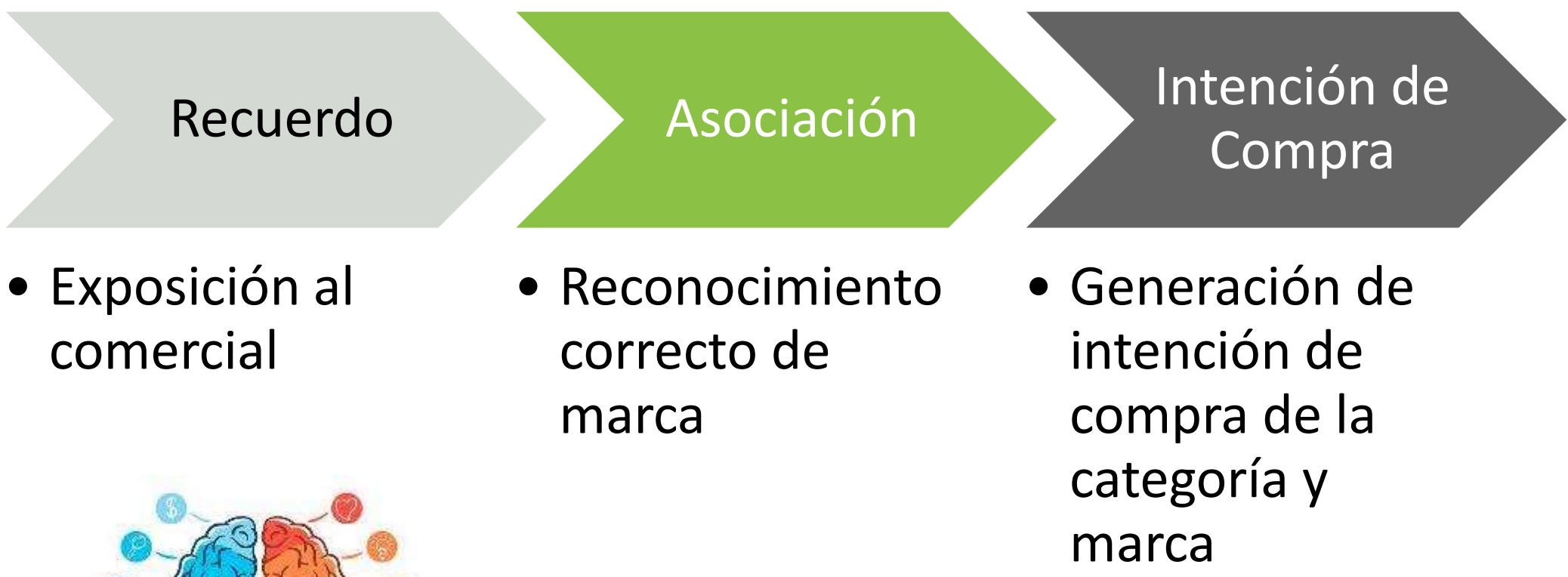


Post-Test publicitarios



Evaluamos las piezas publicitarias (video, audio o escrita) buscando que generen real impacto en los consumidores.

Adicionamos grupos control: evaluamos que opinan los no consumidores, ellos pueden causar daño a la marca en redes.



Disponible para Neuromarketing.

Buscamos conocer a los consumidores de manera integral, no es sólo entender lo que piensan sino lo que sienten.



COMO SON

Que es lo que les importa a ellos



QUE LES PREOCUPA

Sus sueños, sus metas



EL ENTORNO – LO MACRO

Como se insertan en el mundo

MARCA

Como entra la marca en sus vidas



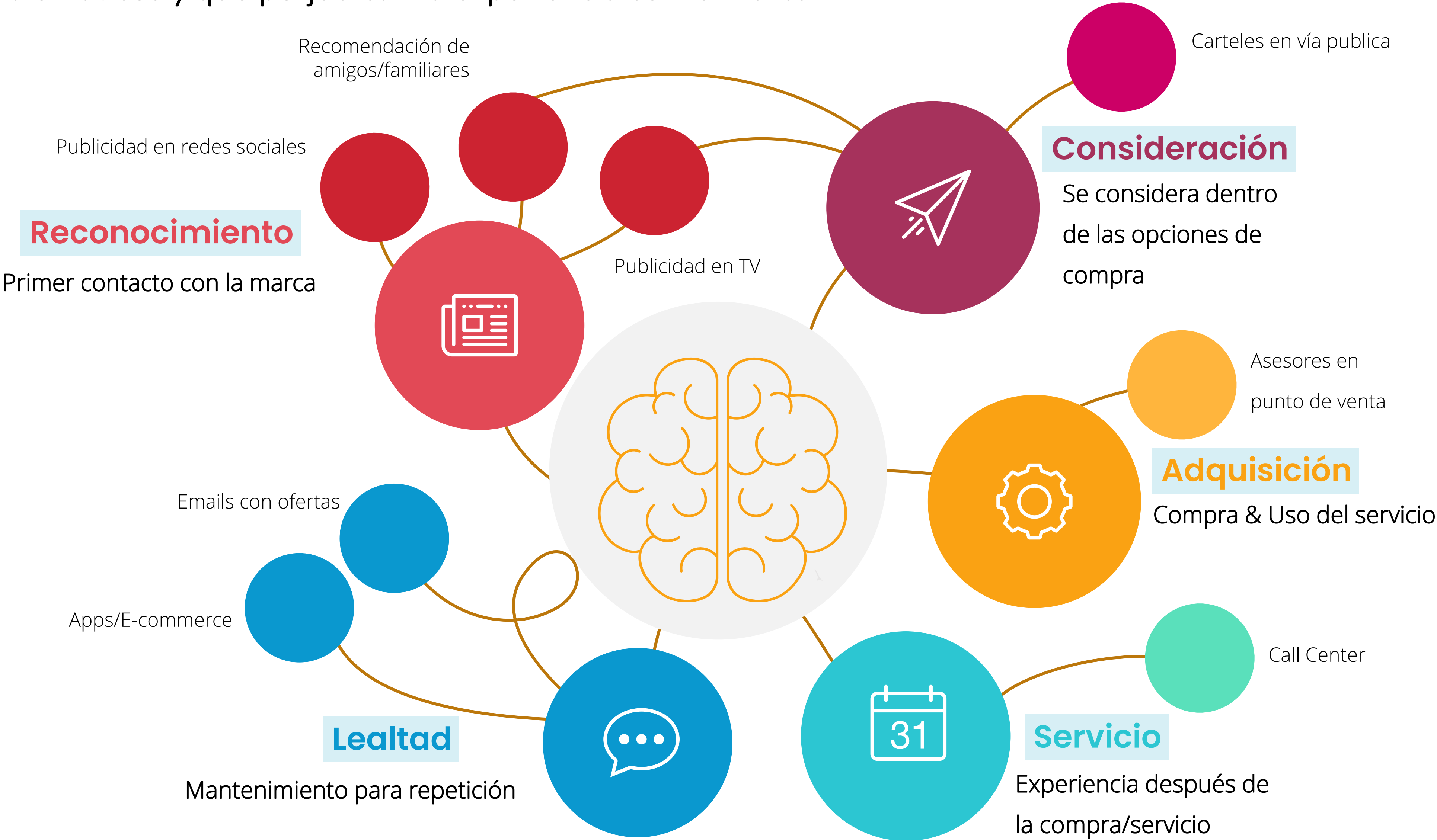
CATEGORÍA

Que es la categoría para ellos, como se sienten con el producto



Customer Journey

Permite identificar y valorar los touch points en los viajes de compra/servicio permitiendo mejorar en aquellos aspectos que son problemáticos y que perjudican la experiencia con la marca.

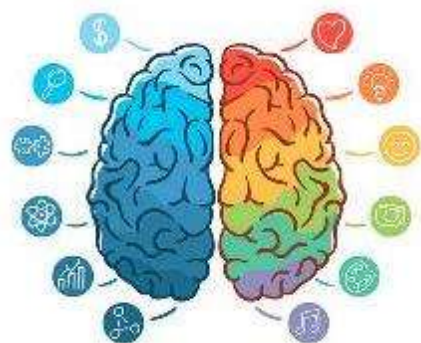


FAST TEST, para cuando el presupuesto y el tiempo son limitados





Ya sea de manera cualitativa, cuantitativa, vía neuromarketing o combinando metodologías, mediante nuestros test buscamos encontrar el producto/servicio ideal que cumpla con las expectativas de los consumidores.

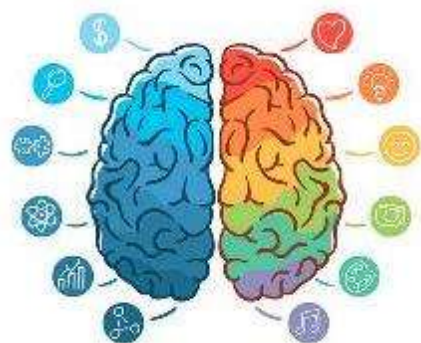


Disponible para Neuromarketing.





Permite evaluar el desempeño de un producto, así como los atributos más importantes del mismo en situaciones reales (In-Home) o en locación centralizada (CLT).



Disponible para Neuromarketing.



Ejecución en Punto de Venta – Tienda Perfecta

Permite hacer un seguimiento sistemático de la ejecución en el punto de venta, asegurando la correcta exhibición en cada tipo de negocio.

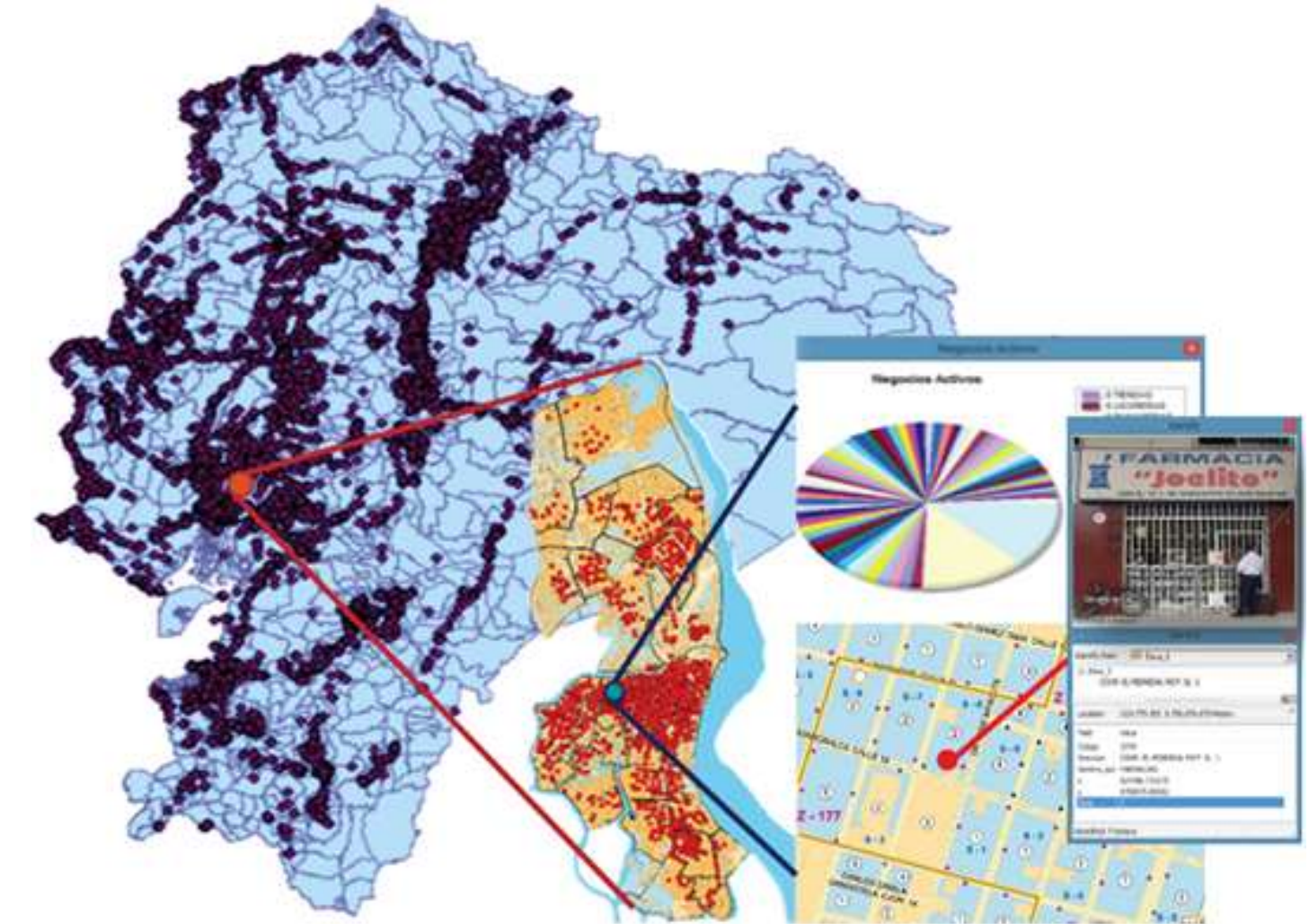
Se puede validar:

- Marcadores de precios
- Afiches y promociones vigentes
- Exhibición de productos en góndolas según planogramas
- Stock de productos
- Productos de la competencia
- Orden del local y acceso libre
- Limpieza e iluminación del local
- Uniformes de los asesores



Es una base de datos que contiene la información registral y ventas/distribución de una determinada categoría/canal/geografía.

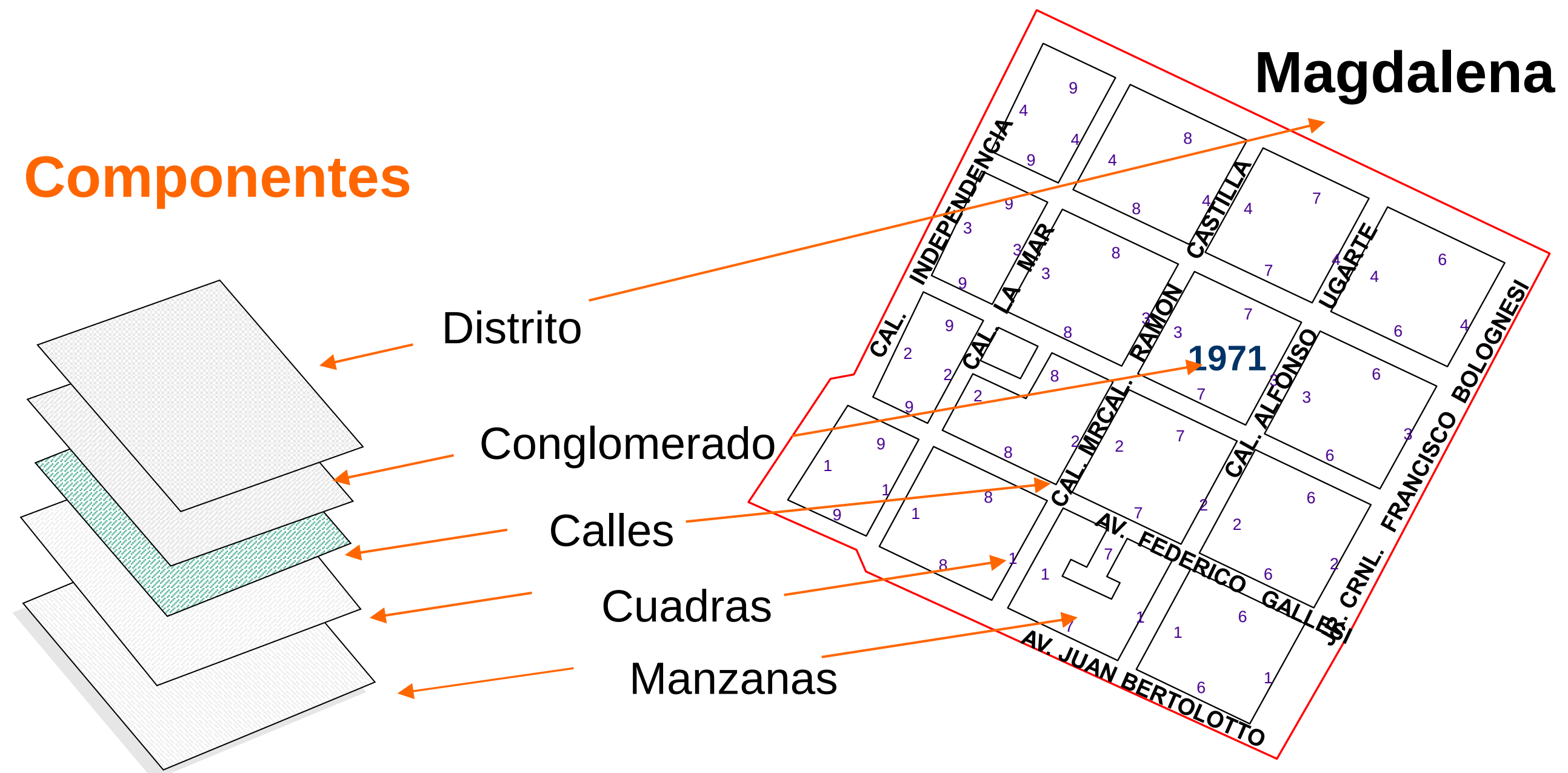
Permite determinar el universo por tipo de Negocio, evaluar la concentración de negocios por zona, además de determinar el radio de acción por negocio, definir rutas de venta y demarcar el potencial por zona.



Información incluida:

- Nombre comercial
- Nombre del dependiente
- RUC
- Teléfono de contacto
- Geolocalización (Coordenadas de Latitud/Longitud)
- Volúmenes estimados de compra por categoría/marca (Por definir)
- Una foto de fachada
- Dashboard a solicitud del cliente

Componentes



Dimensionamiento del mercado

- Valoración en unidades y valor
- Participación de Mercado
- Identificación de segmentos / nuevas oportunidades y amenazas
- Conocer las tendencias del mercado
- Ciclo de vida del producto

Fuentes de la Información

- Fuentes primarias
 - Entrevistas a empresas / expertos del sector
 - Encuestas/Entrevistas a consumidores
- Fuentes Secundarias públicas y privadas, estadísticas oficiales y estudios particulares e información propia.



Análisis de la oferta competitiva:

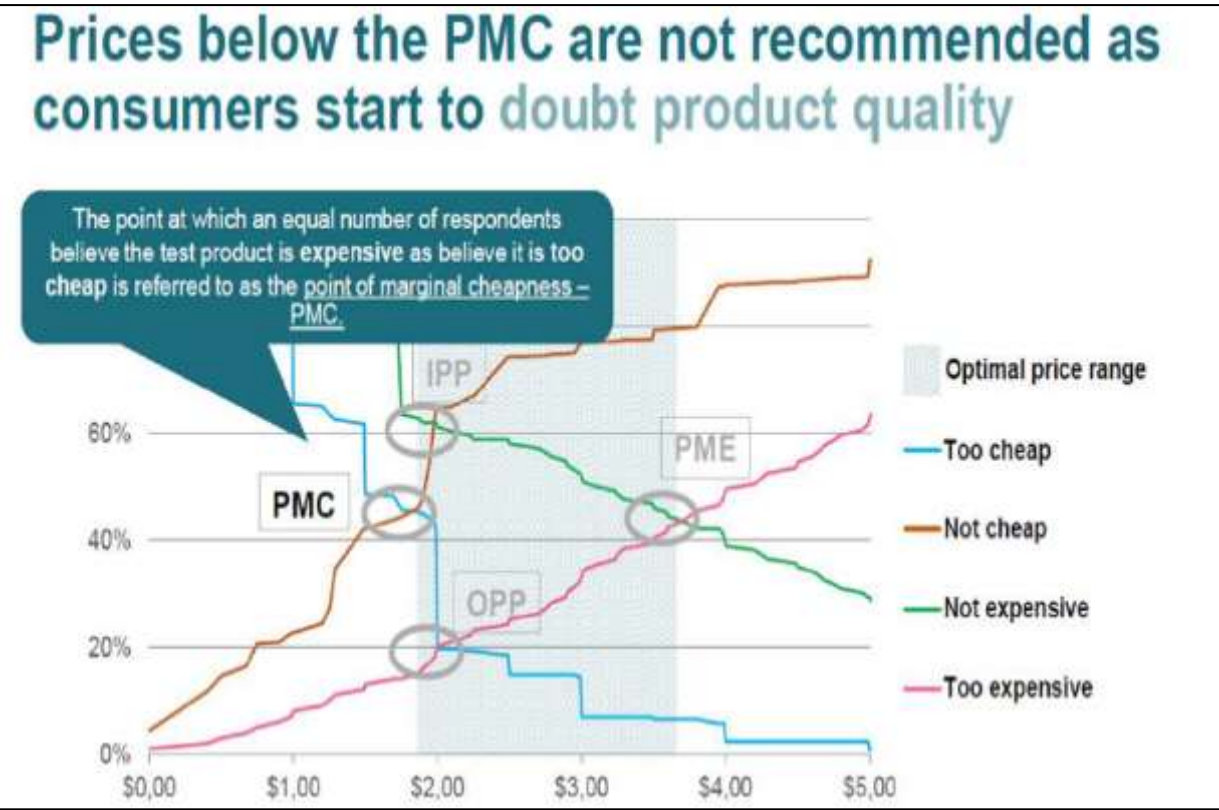
- Análisis del Sector
 - Competencia actual/Perfiles
 - Competencia potencial
- Canales / Distribución
- Rentabilidad/Márgenes/Precios
- FODA

Análisis de la demanda:

- A nivel empresa B2B/consumidor B2C
- Imagen & Posicionamiento / Marcas
- Hábitos & Usos de la categoría
- Frecuencia de consumo / Unidades
- Niveles de satisfacción
- Necesidades insatisfechas

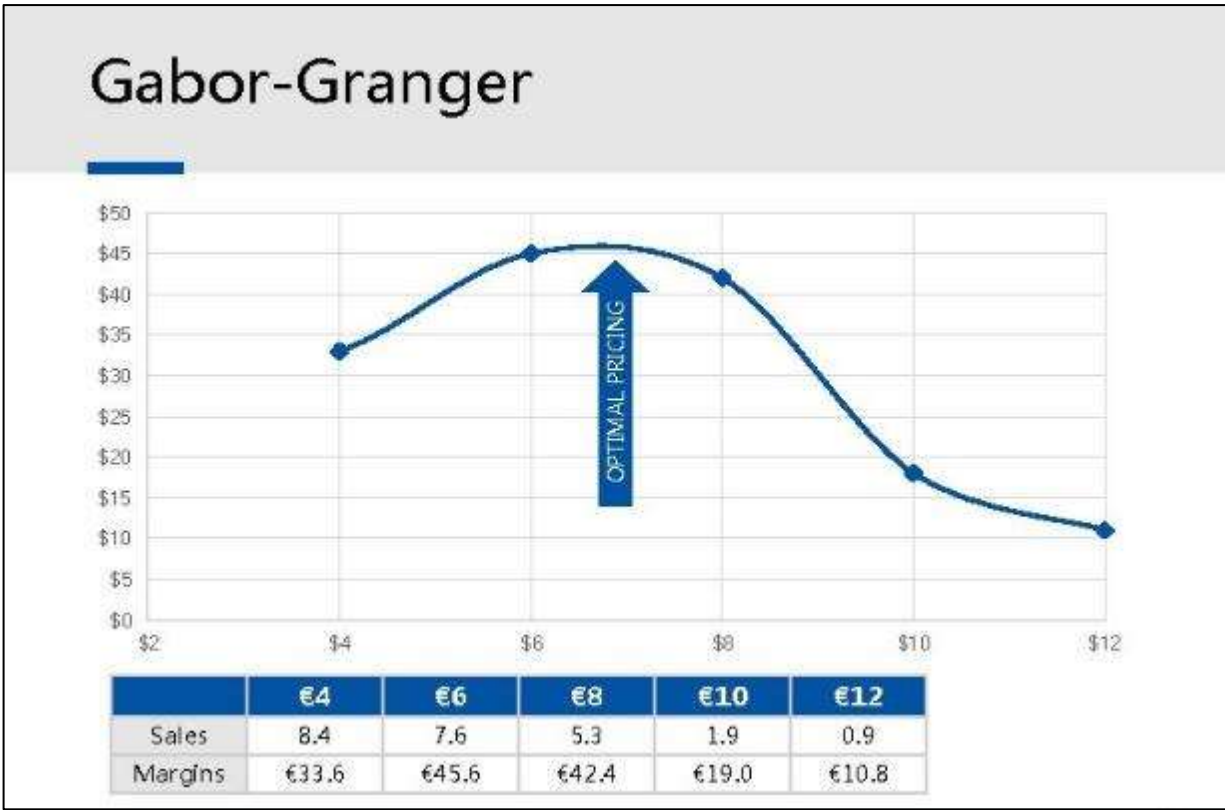
VAN WESTERNDORP

El Análisis de sensibilidad de precios de Van Westendorp utiliza preguntas abiertas que combinan precio y calidad. Dado que existe una suposición inherente de que el precio es un reflejo de valor o calidad, la técnica no es útil para bienes de lujo (es decir, cuando el volumen de ventas aumenta a precios más altos).



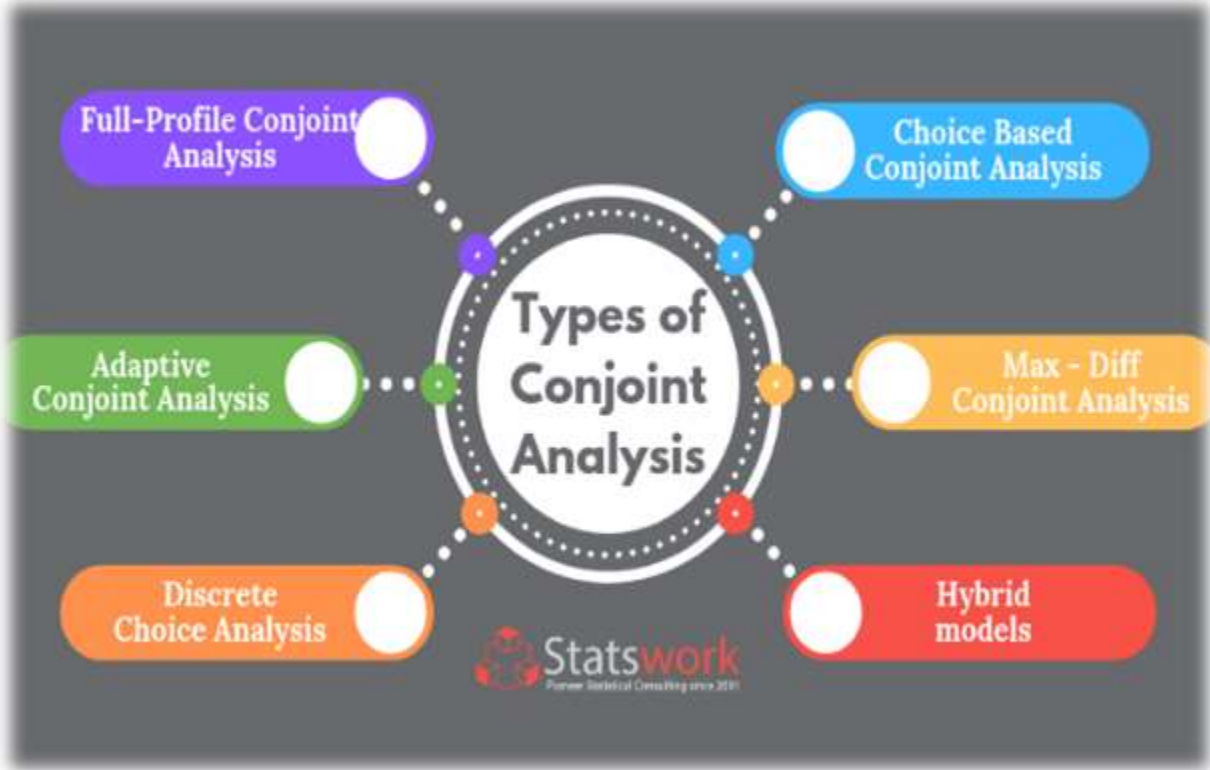
GABOR GRANGER

El método Gabor Granger es una técnica para fijar el precio de un producto que se realiza durante una investigación de mercados a través de una pregunta de encuesta, la cual permite determinar la elasticidad de los precios de los productos y servicios.



CONJOINT

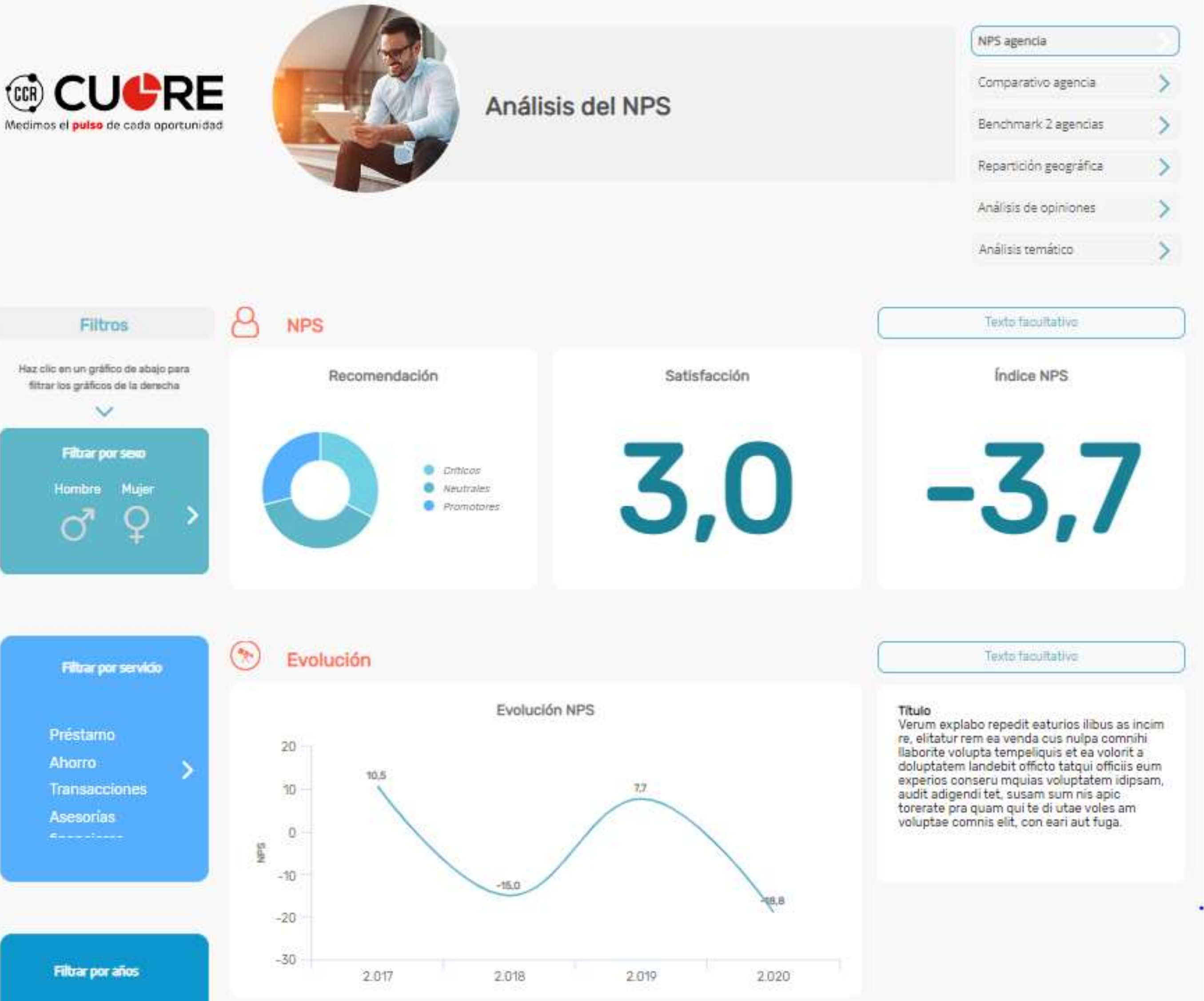
Un análisis conjoint es una técnica estadística cuantitativa a la que se recurre para evaluar cómo los consumidores valoran las características que conforman un producto o servicio. En este caso el estudio nos otorga esos datos de las preferencias sobre las características de una marca, producto o servicio.



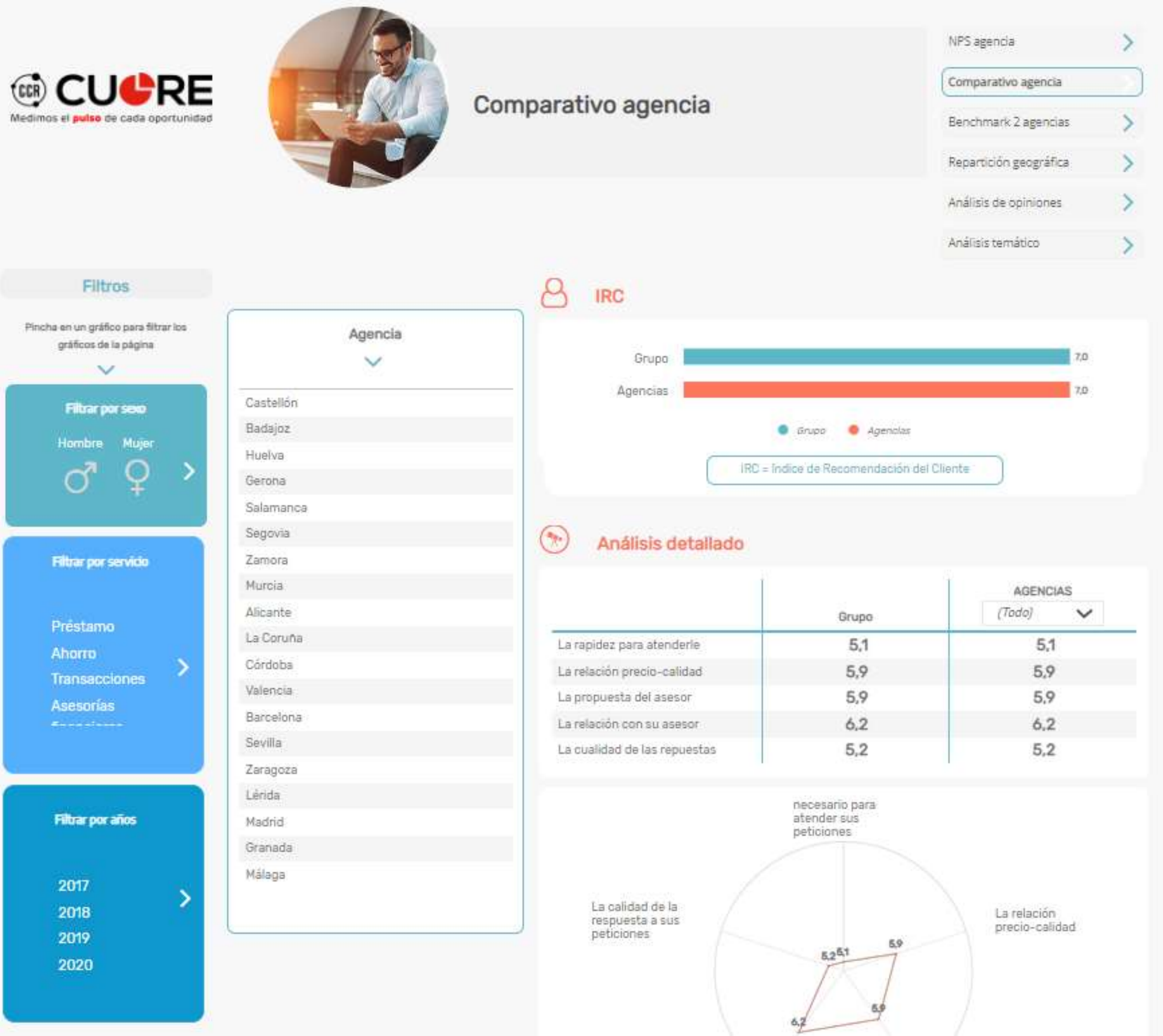


Ejemplo de Dashboard

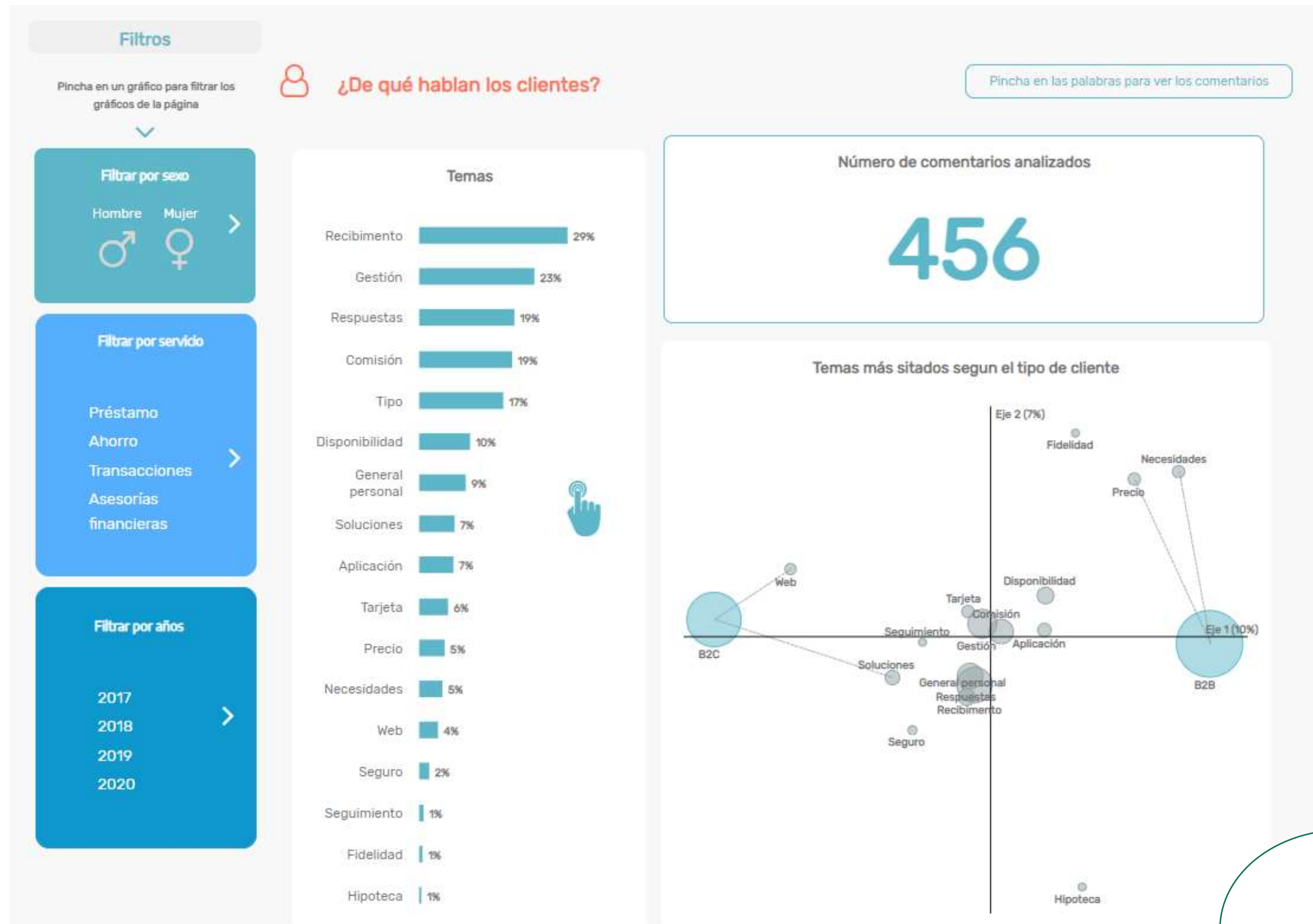
Dashboard de Resultados



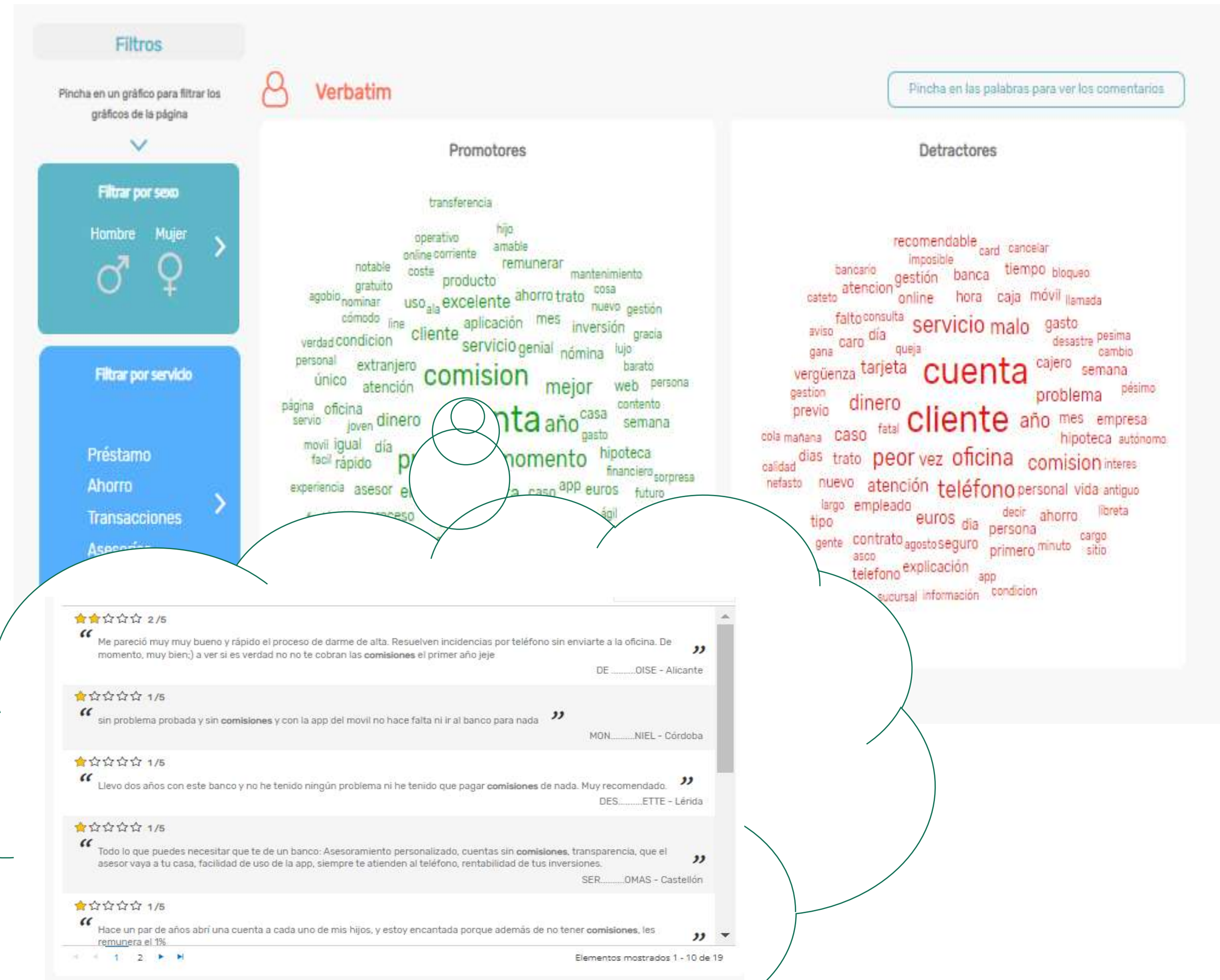
HACER CLICK PARA VISUALIZAR PLATAFORMA (DEMO)



Análisis de Opiniones - Verbatims



**HACER CLICK PARA VISUALIZAR
TIPOS DE ANÁLISIS TEXTUALES**



Alianzas Comerciales & Socios Estratégicos

Evolución:
+14 años



2008
Fundación
Empresa



2010
Solución
Moderación



2018
Solución
NPS



2019
Bot Conversation
Understanding



2020
Solución
Conversation Analytics



2009

Bot Word
Undesrstanding
y Bot Sentence
Understanding



2014

Solución Social
Media Listening
+ Customer Care



2014

Bot Document
Understanding +
Document
Understanding
Services



2020

Solución
Chatbot



Clientes:

ABInBev

Quilmes

First Data

fiserv.

Carrefour

Coca-Cola

Personal

TELECOM

Claro

JetSMART

M

SAMSUNG

Unilever

telcel

MOTOROLA

BURGER KING

movistar

Telefonica

vivo

DIRECTV

cencosud

Galicia

tigo

despegar

decolar

DiDi

Disney

oi

Allianz

FIAT

RIOT GAMES

Naranja

BAYER

falabella.

easy

ifood

ARCOR

hapvida

C6 BANK

tuenti

LA NACION

familia BERCOMAT

BERENISIMA

The Social Element

viafoura

elo7

LaVoz

LA GACETA

ESTADÃO

WORKANA

UNIPAR

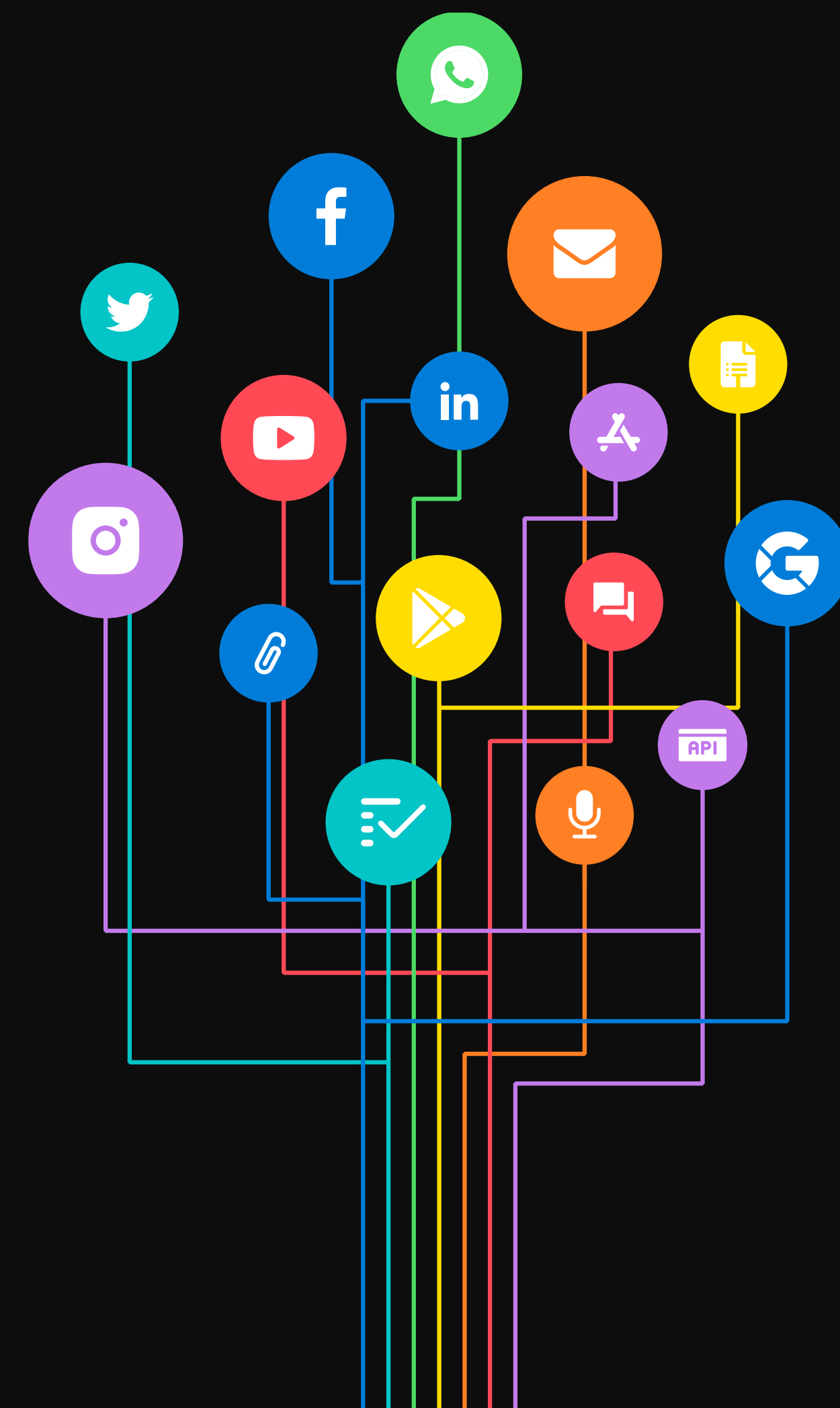
cielo

Club LA NACION

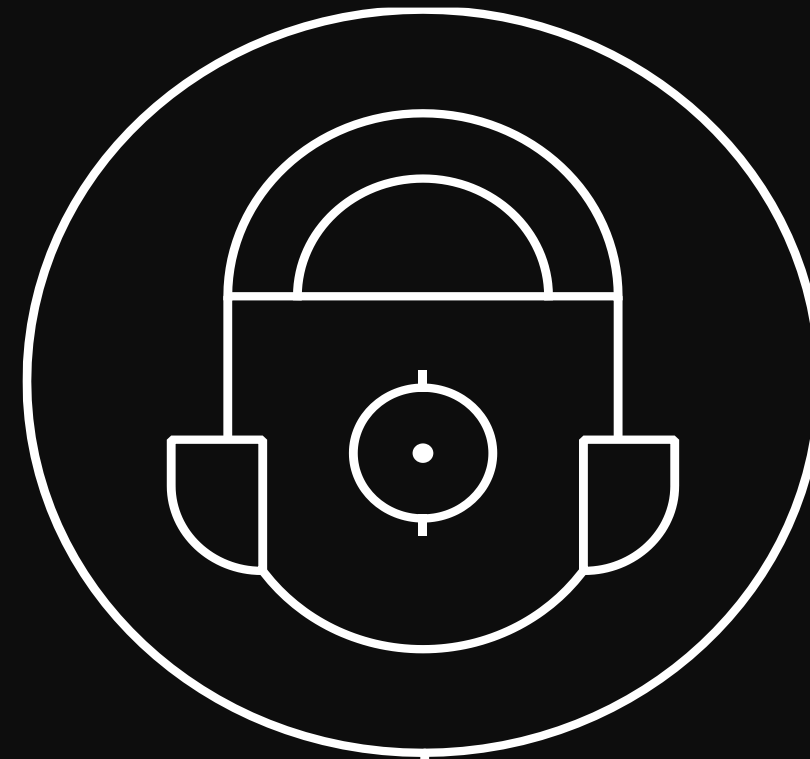
Telecentro

¿Cómo te ayudamos?

Esta herramienta nos permite dar valor a todas las áreas que interactúan con clientes y usuarios mediante texto en los canales digitales. Sabemos que cada sector necesita información precisa, relevante y en tiempo real.



Atención al cliente



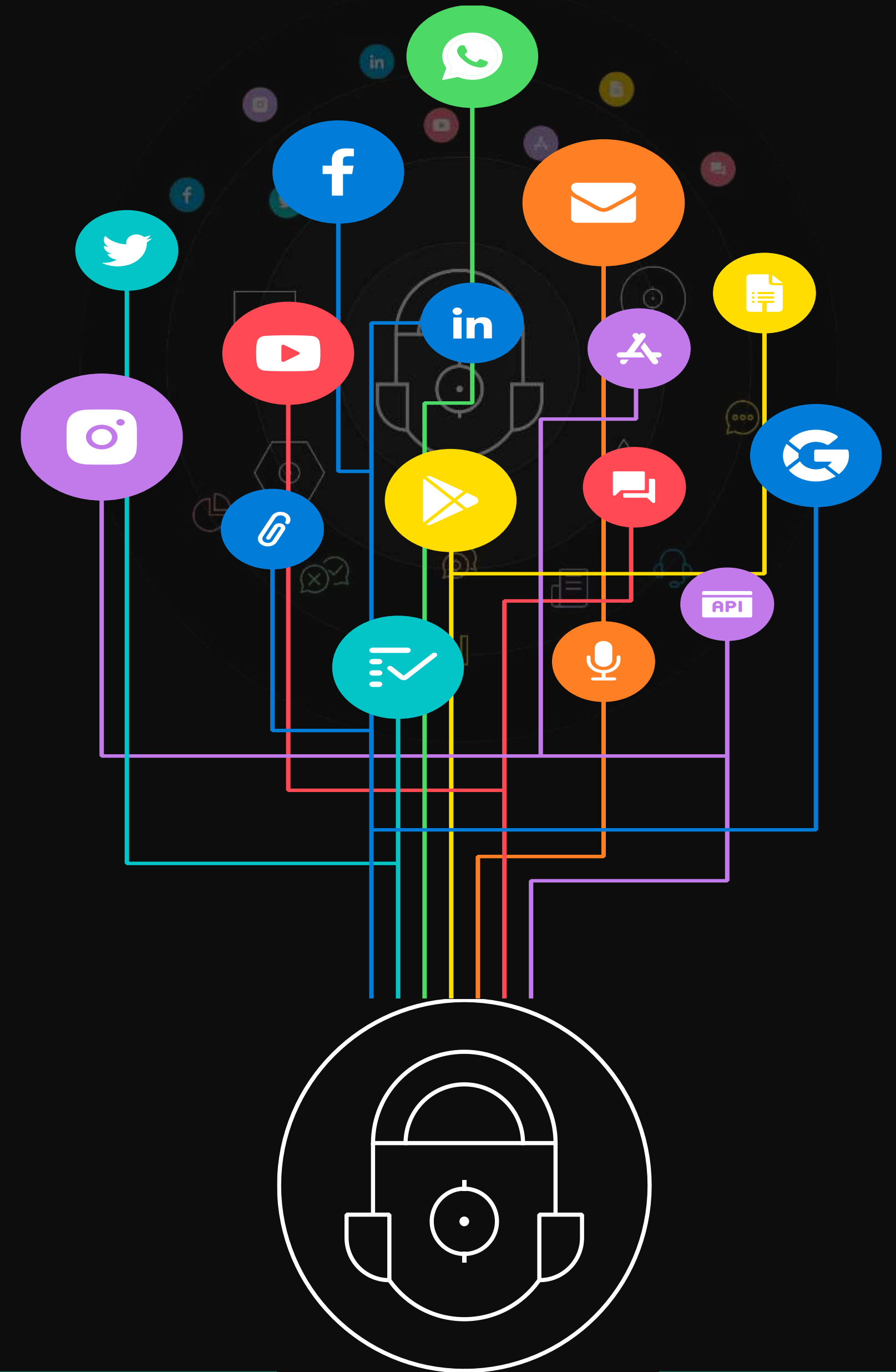
Disminuye la cantidad de solicitudes al Contact Center gracias a nuestros avanzados modelos de automatización híbridos o nuestro servicio de Chatbot.

Se atiende mejor y más rápido todos los reclamos y consultas centralizando la atención de los canales digitales en una única plataforma e incorporando inteligencia artificial para guiar a los operadores.

Se automatiza el proceso de auditoría de calidad con Logios nuestra herramienta de conversation analytics (Speech Analytics aplicado a canales digitales)

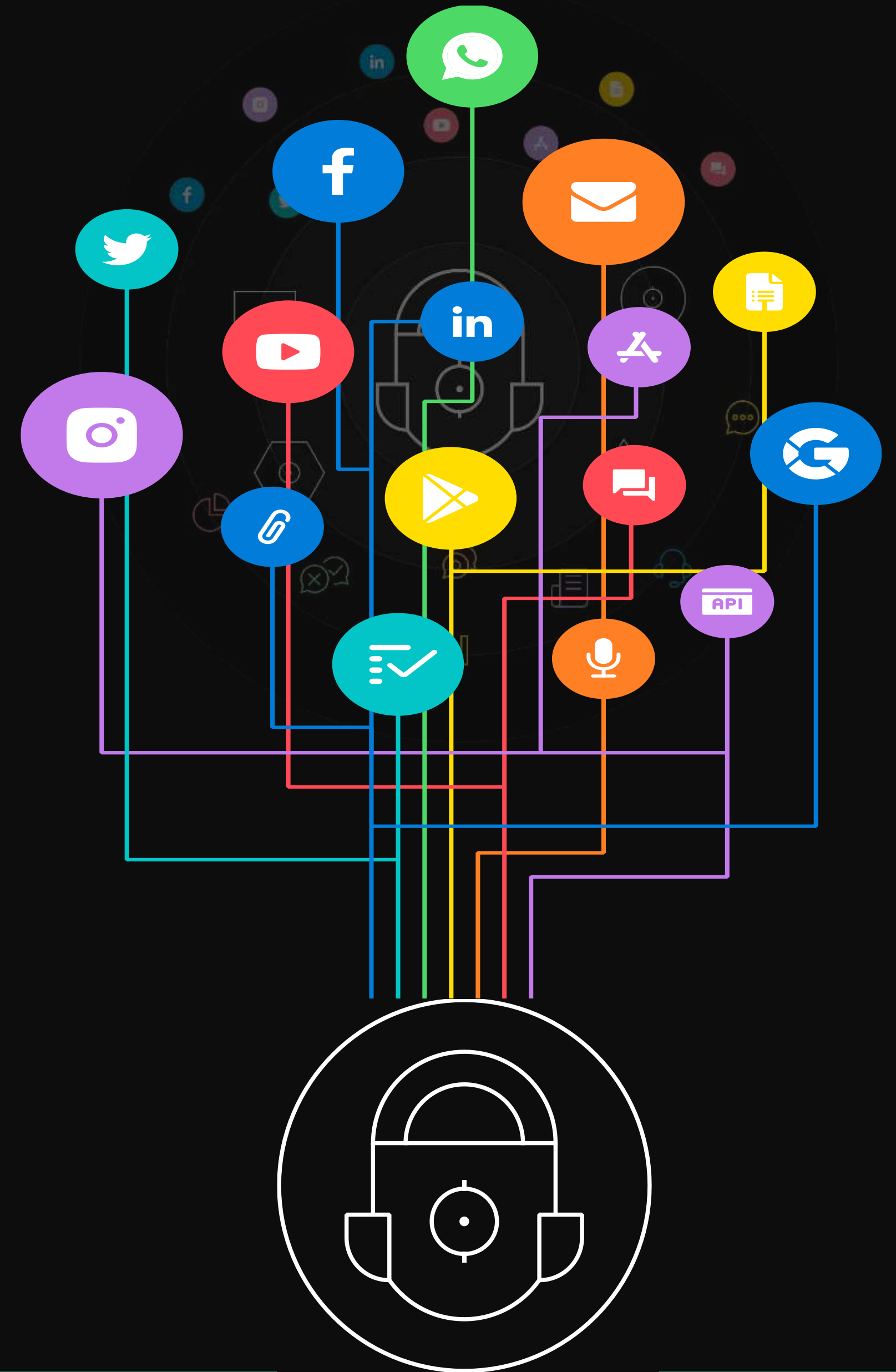
Customer Experience

- Identifica rápidamente qué procesos de negocio debes optimizar para mejorar la experiencia, y procesas TODAS las respuestas abiertas de las encuestas NPS.
- Mejora los índices de satisfacción y fidelización del cliente.
- Puedes combinar el análisis de las encuestas con un abordaje holístico que incorpore lo que se dice en las redes sociales o canales digitales de atención.



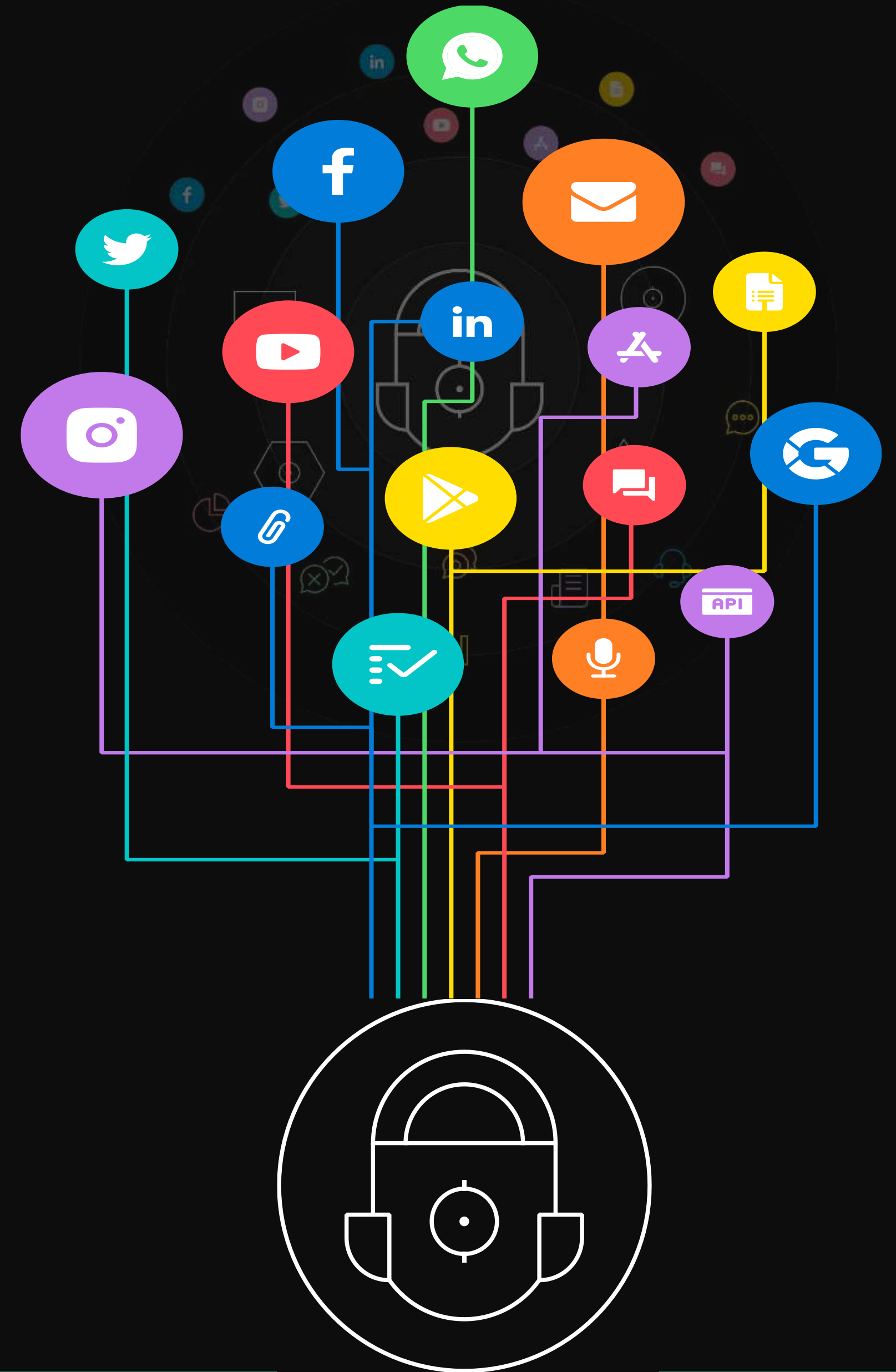
Marketing & PR

- Conoces lo que dicen los usuarios en las redes, recibes alertas ante eventualidades y reaccionas a tiempo ante crisis.
- En un único dashboard está toda la información en real time sobre el performance de tu marca en los distintos canales digitales.
- Mejores decisiones a partir de los datos, identificando rápidamente los factores de éxito o de fracaso de las campañas para que puedas optimizar el presupuesto.



Legal & Operations

- Procesas en minutos lo que a un humano le tardaría horas, y comprende rápidamente de qué se habla en esos miles de documentos.
- Mejora de procesos, minimizando errores e incumplimientos regulatorios.
- Automatiza las tareas de extracción, entendimiento y categorización de textos y digitalización de documentos.



Todo lo que se puede medir se puede mejorar

Las decisiones que tomamos están fuertemente influenciadas por factores fuera de nuestra conciencia. Si desea comprender los verdaderos impulsores del comportamiento del consumidor, debe ir más allá de lo que dice la gente.

Somos curiosos por naturaleza

En Evolutiva nos apasiona descubrir los verdaderos impulsores del comportamiento del consumidor, porque no solo les preguntamos a las personas qué piensan, sino que medimos los instintos y las percepciones intuitivas.



UX Web, Mobile y App

Analizamos de manera presencial y remota la experiencia de navegación de los usuarios, en su decisión de compra, lectura, visibilidad de botones clave, llamados a la acción, etc



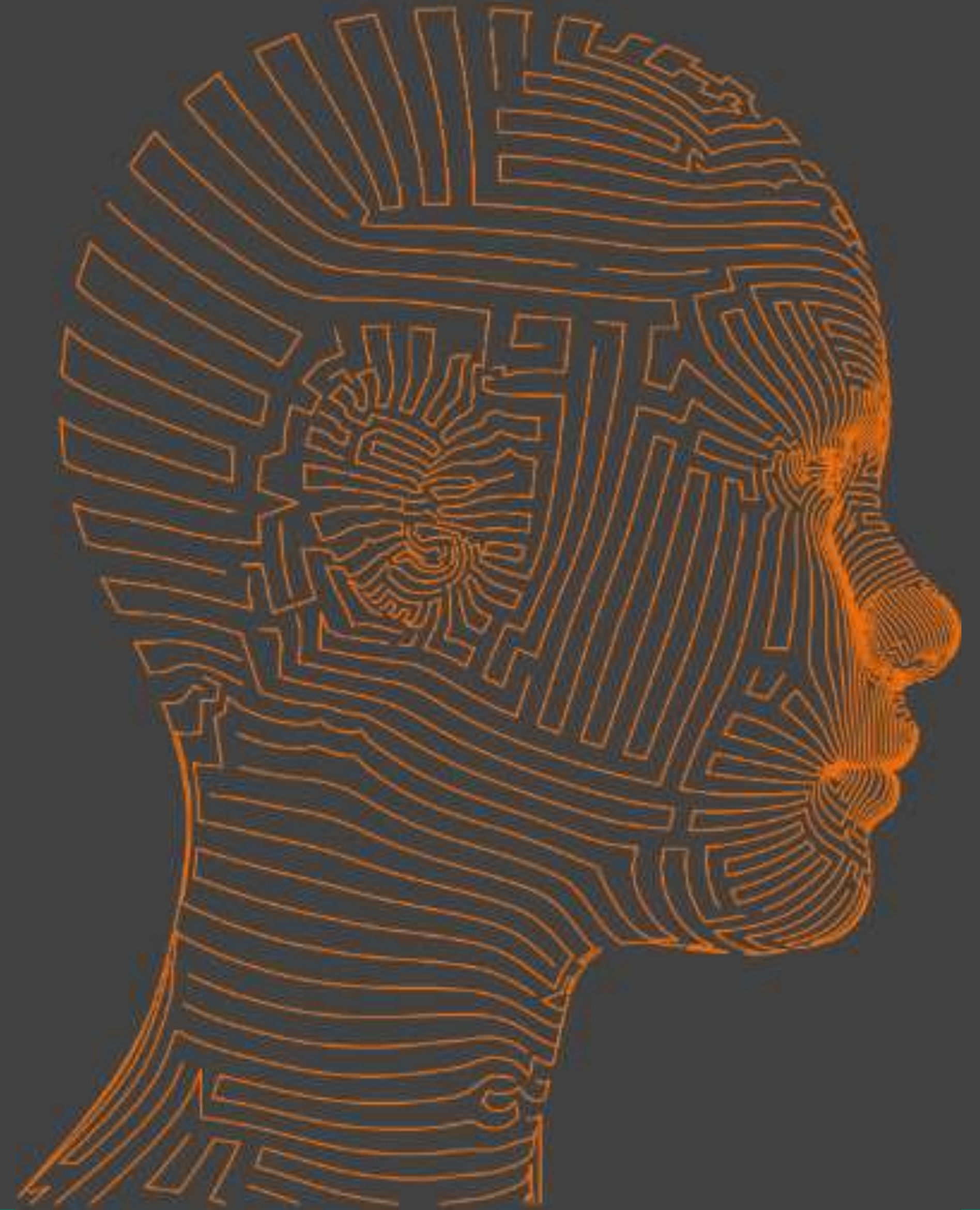
Efectividad de la Publicidad

En un mundo lleno de distracciones, sus anuncios tienen que impactar de la manera correcta. Medimos la efectividad y performance de spots(videos), piezas gráficas digitales e impresas, logotipos, publicidad exterior.



Pruebas de Empaques y Etiquetas

Cuál es el diseño más atractivo, cuál observaran primero y por más tiempo, cuál genera mayor impulsividad de tomarlo y ser comprado en el punto de venta.



Shopper Experience

Conoce la situación actual de tu producto, mejora el espacio, distribución y visibilidad en el anaquel.



Test de Sabor, Aroma y Audiobrand

Comprender el funcionamiento de la actividad cerebral del sentido del olfato a través de análisis de la pupila de los participantes y de la respuesta fisiológica de la piel.
(Pruebas de producto)



Estudios de Precios

También hacemos estudios de precios mediante Test de Asociación Implícita.





Ramiro Ureta

Director de Proyectos

Experiencia: 29 años

Formación: Titulado en Ingeniería Industrial con un MBA en Purdue University en Marketing y E-Commerce.

Experto: En investigación de mercados y optimizando las inversiones de marketing (ROI).

Tipos de estudios: Cualitativo, Cuantitativo, Censos, Auditorias de mercado masivo e inversiones de marketing.

Categorías: Retail, banca, seguros ,consumo masivo, automotriz, estado peruano, mobiliario, entre otros.

Países de los proyectos: Perú, Estados Unidos, Canadá, Francia, Australia y Bolivia.



Milagros Rentería

Jefe de Proyectos

Experiencia: 24 años

Formación: Bachiller en Administración con especialización en Gestión de Marketing.

Experta: En Marketing, Trade, Investigación de mercados, finanzas y sistemas de calidad.

Tipos de estudios: Cualitativo, Cuantitativo, Censo, Auditorias de mercado y taller de co-creación.

Categorías: Retail, banca, seguros ,consumo masivo, automotriz, entidades educativas, estado peruano (SBS, PROMPERU, SUNAT), centros comerciales y otros.

Países de los proyectos: Perú, Colombia, México, Brasil, España, Chile y Estados Unidos.



Jairo Ortiz

Analista Comercial

Experiencia: 9 años

Formación: Administración de negocios internacionales con especialización en Gestión de Proyectos.

Experto: Investigación de mercados (Satisfacción, experiencia de cliente y Cliente Incognito), Trade Marketing y calidad.

Tipos de estudios: Cualitativo, Cuantitativo.

Categorías: Retail, banca, seguros ,consumo masivo, automotriz, entidades educativas, estado peruano (SBS, PROMPERU, SUNAT) e inmobiliarias.

Países de los proyectos: Perú, Colombia, México, Brasil, Chile, España.



Visítanos y síguenos en nuestras redes



CCR Cuore



www.ccrlatam.com.pe



CCR Cuore