



BROCHURE
EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

ÍNDICE

1. Nosotros.
2. Información Útil.
3. Beneficios de las Inv. de Mercados.
4. ¿Necesito de una Inv. de Mcdos.?
5. ¿Qué Investigamos del Consumidor?
6. ¿Cómo lo Hacemos?
7. Servicios.
8. Apoyos y Herramientas.
9. Estudios Cuantitativos.
10. Estudios Cualitativos.
11. Áreas de Especialización.
12. Marketing Comercial.
13. Consultoría en Marketing Comercial.
14. Servicios en Marketing Comercial.
15. Marketing Político.
16. Consultoría en Marketing Político.
17. ¿Cómo Hacemos el Mkt Político?
18. Servicios en Marketing Político.
19. Factibilidad Económica.
20. Consultoría en Fact. Económica.
21. Análisis en Fact. Económica.
22. Servicios Complementarios.
23. Áreas de Concentración.
24. Clientes.
25. Contacto.

Un poco de
EXPANSIÓN Marketing



En EXPANSIÓN Marketing somos un equipo de mercadotecnia que trabaja como un departamento interno para su empresa en donde buscamos producir resultados que lo lleven a tomar decisiones; medimos, rediseñamos, proponemos y ejecutamos hasta alcanzar los objetivos deseados.

Nos convertimos en aliados comerciales para su negocio hasta tomar el control de su mercado, ofreciendo productos y servicios que satisfagan las necesidades propias de sus clientes.

Somos una consultoría de investigación especializada en mezclar el análisis de comportamiento humano y la investigación de contextos e instituciones sociales, con el fin de entender el comportamiento del consumidor desde una doble perspectiva: el mercado y la opinión pública.

Ofrecemos herramientas de información confiables, relevantes y oportunas, útiles para la toma de decisiones.



Información útil

¿Qué es una investigación de mercados?

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer, para posteriormente interpretarlos y hacer uso de ellos.

Con la investigación de mercados, las compañías pueden aprender más sobre los clientes en curso y clientes potenciales.

El propósito de la investigación de mercados es ayudar a las compañías a tomar las mejores decisiones sobre el desarrollo y la mercadotecnia de los diferentes productos.

La investigación de mercados representa la voz del consumidor al interior de la compañía.

Beneficios de los Estudios de Mercado

Los beneficios de conocer a nuestros consumidores o electores mediante una investigación son bastos, estos son algunos de ellos:

- Proporciona información real y expresada en términos precisos, que ayudan a la resolución de problemas y toma de decisiones con un mayor grado de éxito.
- Determina el sistema de ventas más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado está demandando.
- Define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, como:
 - Gustos.
 - Preferencias.
 - Hábitos de compra.
 - Nivel de ingreso.

¿Cuándo Puedo Necesitar una Investigación de Mercados?

La mejor arma es trabajar con información confiable que nos permita reducir la incertidumbre y nos ayude a tomar mejores decisiones para nuestro negocio. Es válido conducir e invertir en investigación cuando ésta se transformará en una herramienta que nos generará **VENTAJAS COMPETITIVAS**.

Si usted se ha hecho alguna de las siguientes preguntas...

- ¿Qué piensan de nuestro producto o servicio los consumidores?
- ¿Por qué prefieren la marca competidora a la nuestra?
- ¿Cómo nos podemos diferenciar de los otros productos?
- ¿Cómo son nuestros clientes o electores?
- ¿Qué nuevos productos o servicios podemos desarrollar rentablemente?
- ¿A qué grupo de consumidores no estamos llegando y cómo puedo llegar a ellos?
- ¿Cómo podemos expandir nuestro negocio?
- ¿Será rentable la idea de negocio que tenemos en mente?
- ¿Cuánto debemos cobrar por nuestros productos o servicios?
- ¿Debemos cambiar el precio?
- ¿Por qué ha crecido o decrecido el número de nuestros clientes?
- ¿Qué tan efectiva es nuestra publicidad?

... ¡Usted necesita de una Investigación de Mercados!



¿Qué investigamos del consumidor?

Nos especializamos en mezclar el análisis del comportamiento humano y la investigación de contextos e instituciones sociales, con el fin de entender el comportamiento del consumidor desde una doble perspectiva: el mercado y la opinión pública.

01

¿Qué piensan?

Entender cómo percibe, cómo siente, cómo recuerda, cómo piensa, qué desea, qué valora cómo importante, cómo emplea su tiempo, qué lee, con qué sueña y cómo vive el consumidor, es la clave para tomar decisiones de Marketing que verdaderamente puedan aspirar a satisfacer sus necesidades.

02

¿Qué sienten?

Por tal motivo, el conocimiento acerca de las variables internas y externas que dirigen el comportamiento del consumidor ocupa un lugar de primera importancia en la formación contemporánea de todos los hombres de Marketing.

03

¿En qué creen?

La suposición clave que subyace en el concepto de marketing es que, para tener éxito, una empresa debe determinar cuáles son las necesidades y deseos del mercado meta específico y proveer mejor que sus competidores la satisfacción deseada.



04

¿Qué los motiva?

El estudio del comportamiento del consumidor está enfocado en la forma en que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo.

05

¿Qué consumen?

Además de estudiar los usos y evaluaciones del consumidor después de la compra de los productos que adquieren, a los investigadores del consumidor les interesa saber también cómo disponen finalmente los individuos de las compras que en otro tiempo fueron nuevas.

06

¿Cómo viven?

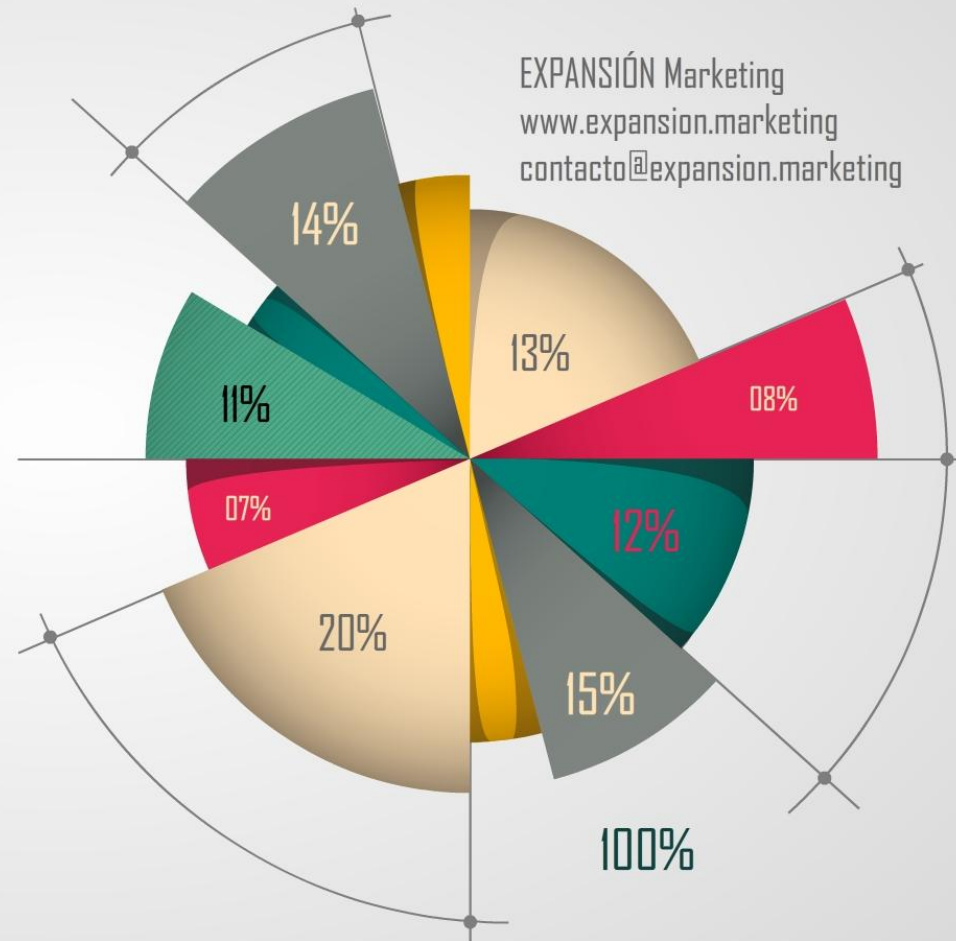
El comportamiento del consumidor se define como: "El proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes o servicios."

¿Cómo hacemos?

Analizando a la población objeto de estudio a partir de estas dos visiones (**opinión pública y mercado**), se hará posible una investigación más completa y objetiva respecto al contexto que los rodea, siempre entendiendo el porqué de los comportamientos y actitudes de los temas y personas investigadas.

En este sentido, **EXPANSIÓN Marketing** es una alternativa innovadora para el estudio en el mercado de investigación de opinión pública, pues no sólo ofrece un análisis de consumo de mercado y de opinión pública, sino que combina la experiencia de estas dos grandes áreas en problemas Ad- hoc.

EXPANSIÓN Marketing tiene como principal objetivo aportar información valiosa para nuestros clientes con un estricto apego a las técnicas y modelos científicos, garantizando los más altos niveles de confiabilidad.



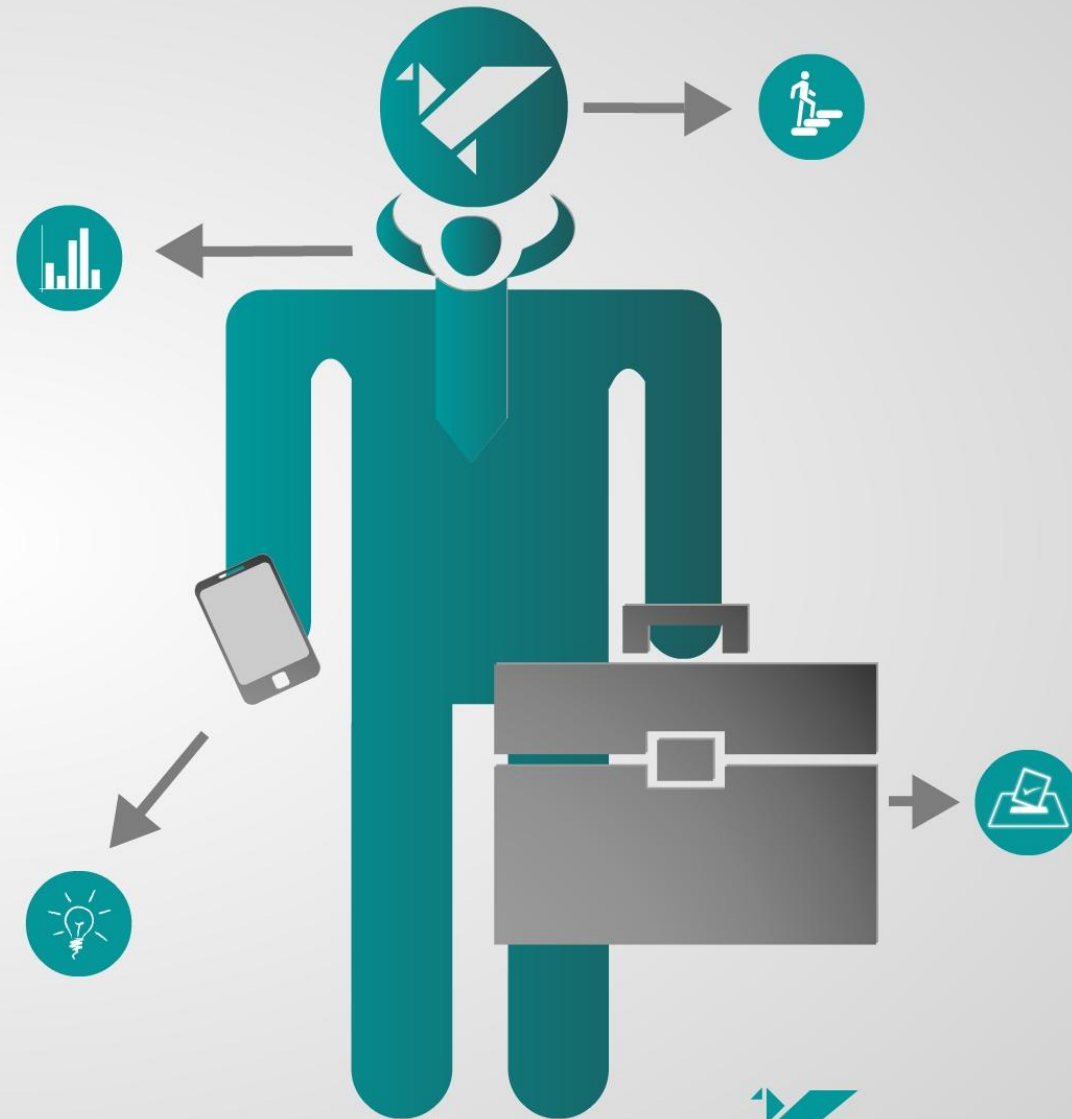
01 Herramientas

Estudios
Cuantitativos 02

03 Estudios
Cualitativos

Herramientas y Apoyos en *Investigación de Mercados*

- Entrevistas (cara a cara, domiciliadas, vía web, telefónicas)
- Codificación, captura y proceso de información.
- Graficación.
- Análisis de datos.
- Mecanismos de fidelidad del mercado.
- Análisis de canales de consumo.
- Concept Test.
- Experiencias de marca.
- Focus group.
- Estudios de segmentación.
- Estudios de viabilidad.
- Perfil de usuarios.
- Tracking.
- Diseño de programas de lealtad.
- Identificación de la satisfacción del consumidor.
- Message recall.
- Benchmarking.
- Estudios de demanda.
- Estudio de usos/hábitos y actitudes.
- Pruebas de concepto de producto.
- Estudios de segmentación y nichos de mercado.
- Posicionamiento e imagen de marca y productos.
- Mystery shopper.
- Identificación de perfil y origen de clientes/usuarios.
- Evaluación del servicio y satisfacción del cliente.
- Estudios de evaluación de promociones/Impacto.





Estudios Cuantitativos

- Usos, hábitos y actitudes.
- Revisión de despensa y de canales.
- Estudios de imagen y posicionamiento.
- Estudios post y pre test publicitarios.
- Pruebas de concepto y producto.
- Opinión pública y ómnibus.
- Auditorías de calidad en el servicio.
- Evaluación del ambiente laboral.
- Estudios de segmentación.
- Estudios de tráfico y segmentación.
- Degustaciones Taste Tests.
- Encuesta en puntos de venta.



ESTUDIOS

CUALITATIVOS

- Estudios exploratorios inductivos.
- Estudios sobre motivaciones y actitudes.
- Estudios de imagen institucional.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Concept & Packaging test.
- Pre-test & post-test publicitarios.
- Cliente misterioso.
- Estudios a la medida de cada proyecto.
- Estudios de imagen de productos y/o marcas.
- Estudios de pre-orientación para la comunicación publicitaria.

Áreas de Especialización



Investigaciones en Marketing Comercial.



Inv. en Marketing Político u Opinión Pública.



Factibilidad Económica.



Marketing, *Comercial*

Consultoría en Marketing Comercial

Después de la investigación de mercados, los números y demás datos arrojados nos otorgan un panorama real para desarrollar planes estratégicos mercadológicos, EXPANSIÓN Marketing ofrece para ello:

- Consultoría.
- Conceptualización.
- Creatividad.
- Planeación.
- Diseño y Producción de Planes de Mercadotecnia Integral.
- Elaboración de Estrategia Creativa.
- Producción de Campañas Publicitarias en medios de comunicación tradicionales (electrónicos e impresos) y alternativos.

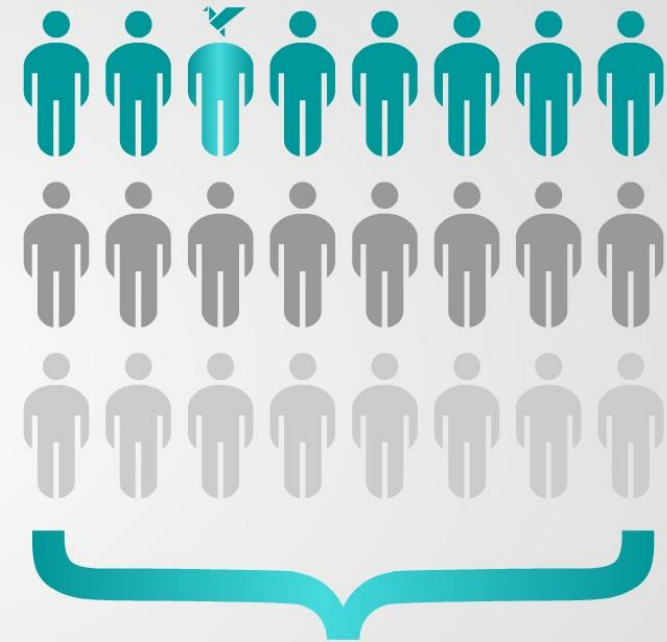


Consultoría en Marketing Comercial

Nuestros Servicios dentro de Marketing.

- Creación de campañas comerciales.
- Estrategia de comunicación y mensaje publicitario.
- Estrategia de detección de medios de comunicación, tanto tradicionales como alternativos, respecto a cada cliente, analizando, el producto, servicio, cliente potencial, posicionamiento actual y entorno.
- Desarrollo y Posicionamiento de Marca (Logotipos, Colores, Empaques, Embalajes, Slogan, Tipografías).
- Estrategia de Precios, Segmentación del mercado y de Consumidores Finales.
- Análisis Situacionales (Pest-Porter-Foda).
- Evaluación de la Estrategia Comercial.
- Desarrollo y Lanzamiento de Nuevos Productos.
- Departamento Outsourcing de Marketing para su Negocio/Empresa.

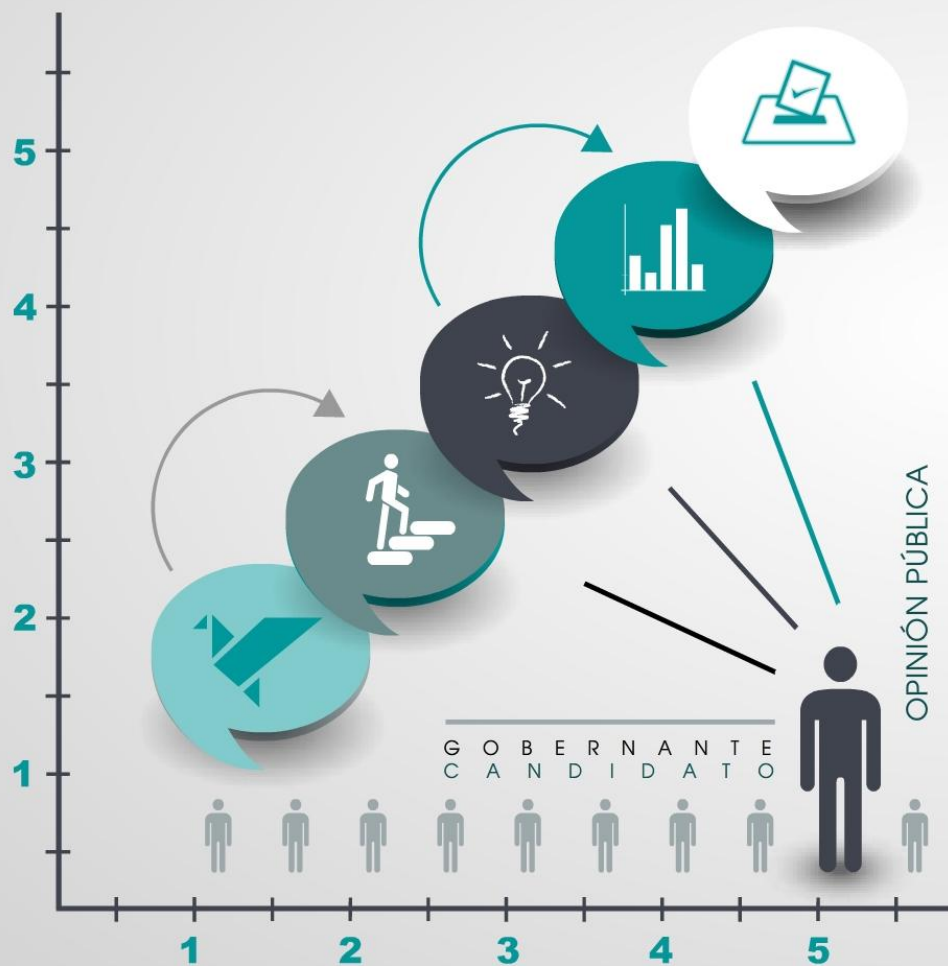
UNIVERSO



830,569
CLIENTES POTENCIALES

Marketing
político

Marketing político



Nos hemos especializado en vincular el análisis del comportamiento humano con el de contextos e instituciones sociales y políticas, a través del área de opinión pública.

Analizamos su comportamiento racional o intuitivo respecto a su toma de decisiones. Así, nuestras herramientas ayudan a afinar estrategias de comunicación y acercamiento con el electorado o la ciudadanía.

Nuestros servicios de MARKETING POLÍTICO están orientados a:

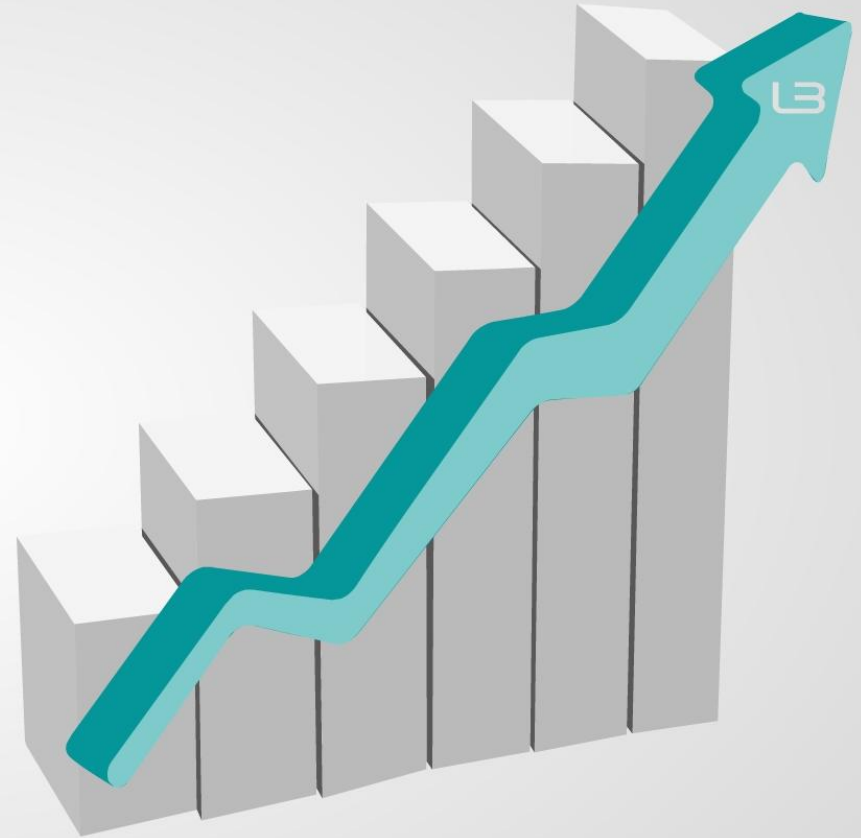
- Candidatos.
- Partidos políticos.
- Lobbistas.
- Gobiernos.
- Empresas.
- Sindicatos.
- Grupos de presión.
- Patronales.
- Asociaciones.
- Fundaciones.
- Organizaciones del Tercer Sector.

¿Cómo hacemos?

Nuestros estudios, conllevan al:

- Análisis y estrategias en la coyuntura política y social.
- Análisis de coyuntura internacional y sus repercusiones en contextos locales.
- Análisis de coyuntura nacional en temas económicos.
- Evaluación y monitoreo de políticas públicas.
- Identificación de las reacciones de las distintas fuerzas políticas del país.
- Apoyo para los decisores a través de recomendaciones oportunas, contactos con expertos de talla internacional en los temas relevantes para sus áreas de acción.

Poseemos técnicas que nos permiten lograr un alto grado de confiabilidad y representatividad en los estudios que realizamos.



Áreas de especialización en Marketing político

- Análisis e investigación político-electoral.
- Planeación estratégica.
- Protocolo de desarrollo estratégico.
- Estudios de demanda.
- Estudios de imagen.
- Análisis Geo-estadístico.
- Tracking polls institucional.
- Perfilamiento de la población.
- Evaluación e impacto de políticas públicas.
- Evaluación de agenda legislativa.
- Estudios de opinión.
- Instrumentación de discursos y mensajes.
- Medición de preferencias electorales.

- Impacto de agenda social y de coyuntura.
- Estrategia de posicionamiento de candidatos y partidos.
- Estrategias de comunicación.
- Evaluación de campañas.
- Encuesta de salida y conteo rápido el día de la elección.
- Investigación ad-hoc.
- Segmentación.
- Respuesta rápida y manejo de crisis.
- Auditoría operacional.
- Elaboración de redes.
- Comunicación e imagen.
- Mezcla promocional y plan de medios.
- Ingeniería en imagen pública.



Estudios de
Factibilidad Económica

Análisis de Factibilidad Económica

Partiendo de la información generada por el estudio de mercado, se podrá analizar la factibilidad y rentabilidad de las inversiones oportunamente, así como establecer rumbos de acción para lograr los resultados esperados de dicha inversión.

Para la elaboración del Estudio Financiero es preciso contar con información de alto valor como la proyección de ventas, el precio, la cantidad de productos elaborados, entre otros. La calidad de estas variables será sin lugar a dudas suministrada por el estudio de mercados en su plan de negocios.

Estudio de Factibilidad Económica

Los estudios de mercado nos proporcionan gráficos y resultados estáticos de la situación general del mercado, no obstante, estos resultados pueden volverse dinámicos para proporcionar información sobre el [Análisis de la Demanda](#), en donde determinamos la demanda potencial de un producto o un servicio, haciendo proyecciones basadas en análisis de tendencias, riesgos de mercado y riesgos del sector.

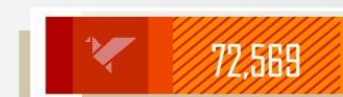
ANÁLISIS FINANCIERO



MERCADO



ENTORNO



COMPETENCIA



RENTABILIDAD



PRODUCCIÓN

Análisis de Factibilidad Económica

Con la información que arroja el Estudio de Mercado, las empresas podrán analizar:

Punto de Equilibrio.

Determinaremos si con los datos de demanda proyectada, existe algún riesgo potencial de quedar "por debajo" del nivel de ventas requerido para generar utilidades.

Fijación de precios.

Determinaremos el nivel óptimo de precios de un producto o un servicio, con base no sólo en la percepción del mercado, sino en el impacto financiero del mismo, realizando análisis de sensibilidad y sus efectos económicos para la empresa.

Cambio o introducción de productos, línea o sucursal.

Partiendo de la información relativa a gustos y preferencias del consumidor, determinaremos la factibilidad no sólo comercial, sino económica de nuevos proyectos, introducción de nuevos productos, salida del mercado de alguno de los productos actuales, establecimiento de nuevas líneas de negocio o bien, creación de sucursales, midiendo el efecto de dichas decisiones sobre la compañía en general.

A través de este análisis podrá determinarse el grado de rentabilidad de las decisiones.



Servicios Complementarios

ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN INTERNET (E-MARKETING)

- Mailing.
- Campañas Online.
- Marketing Viral (Redes Sociales).
- Investigación de Mercados Online.

PUBLICIDAD

- Publicidad Alternativa (Publicidad en Medios No Tradicionales).
- Publicidad Exterior (Vallas Publicitarias, Espectaculares, Etc.)
- Publicidad Móvil (Cartelera Móvil, Perifoneo, Medallones, Etc.)
- Reparto de Publicidad (Volantes, Muestras, Perching, Etc.)
- Merchandising.
- Diseño, Implementación y Control de Eventos.
- Eventos Publicitarios (Promotoras, Edecanes, Sonido, Video).
- Diseño, Producción y Decoración de Stands, Módulos y Punto de Venta.

DISEÑO GRÁFICO

- Diseño y Rediseño de Marcas.
- Logotipos.
- Tarjetas de Presentación.
- Flyers, Dípticos, Trípticos.
- Papelería Corporativa (Hojas Membretadas, Sobres, Carpetas).
- Manual de Identidad, de Normas y Estándares Gráficos.
- Catálogos y Revistas.
- Posters.

CENTRO DE IMPRESIONES

- Impresiones en Lona, Vinil, Vinil Cortado, Acrílico, Tela, Toldo, Gran Formato.
- Señalizaciones, Carteleras, Rotulación.
- Impresión en Técnicas como: Serigrafía, Tampografía, Bordados Para Uniformes y Artículos Promocionales (Playeras, Gorras, Llaveros, Inflables, Tapetes, Dulces, Muñecos, Globos, Tazas, Botones, Imanes, Plumas, Pisa Papeles, Etc.)

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

- Spot publicitario para radio y televisión.
- Videos corporativos y de Capacitación.
- Video promocional para web.
- Transmisión de eventos vía internet (webstreaming).
- Cineminuto publicitario.
- Grabación de eventos corporativos.

MULTIMEDIA

- Cd's Interactivos.
- Catálogos y Manuales Corporativos.
- Animaciones y Presentaciones.
- Aplicaciones.
- Portafolios Corporativos y Photo Studios Multimedia.
- Tarjetas Empresariales y Personales Multimedia (Cd Card)
- Copiado Masivo de Cd's

DESARROLLO WEB

- Creación de Páginas Profesionales.
- Bases de Datos.
- Dominios y Hosting.
- Comercio Electrónico.
- Posicionamiento en Buscadores.

SISTEMAS INFORMÁTICOS

- Apps (Android e iOS)
- Puntos de Venta.
- Sistema de envío masivo SMS.
- Sistema de inscripción a eventos.
- Bases de Datos.
- Sistemas a la medida.

Áreas de Concentración



Nuestro espacio de trabajo es Nacional e Internacional, además tenemos de planta encuestadores y supervisores en la zona centro de la República Mexicana, concentrando principalmente el más grande número de activos en los Estados de:

- Zacatecas.
- San Luis Potosí.
- Aguascalientes.
- Guanajuato.

Algunos de Nuestros Clientes.



Algunos de los clientes de EXPANSIÓN Marketing.





EXPANSIÓN Marketing
C. Lava No. 2, Int. 5, Col. Cañada de la Bufa
Guadalupe, Zac. México CP 98619
Tels . (492) 1 54 01 08 y 154 1368
contacto@expansion.marketing / www.expansion.marketing