



Evaluación de **D**emanda **P**otencial para
Emplazamientos **C**omerciales

Evaluación de Demanda Potencial para Emplazamientos Comerciales

Es una combinación de técnicas de investigación de mercados que implica el análisis de datos secundarios – información sociodemográfica por área geográfica; catastros comerciales, etc. - y la realización de encuestas – personales & telefónicas –, de forma de contar con información requerida para la estimación de la demanda potencial de los productos o servicios que se propone comercializar para cada zona de emplazamiento analizada.

Principales Beneficios Para Su Empresa

Estimación de la demanda:

Disponga de información objetiva para la estimación de la demanda de su proyecto comercial, de modo de incrementar la confiabilidad de la información a partir de la cual evalúa el retorno de su inversión.

Análisis Demográficos por Área de Emplazamiento:

A partir de distintos emplazamientos estimados como apropiados para el desarrollo del servicio, se evalúa la potencialidad de cada uno de ellos, tomando como insumo la información de las características sociodemográficas de la población residente, de la población que acude a trabajar a la zona y del flujo de personas que transitan la zona.

Evaluación de Intención de Compra por Área de Emplazamiento:

La información sociodemográfica se complementa con la investigación de la intención de compra del servicio/producto por área de emplazamiento, identificando qué segmentos (Edad, NSE y Sexo) representan los potenciales consumidores, y dimensionando la demanda potencial del servicio por área geográfica.

Análisis de Sensibilidad Precio & Demanda:

Se evalúa la elasticidad precio – demanda a partir de la proyección de la intención de compra a diferentes niveles de precio.

Evaluación de Variantes en el Concepto del Producto & Servicio:

Las investigaciones permiten relevar expectativas y testear distintas variantes del servicio & producto desde la perspectiva del consumidor;

Análisis de la Competencia:

A partir del estudio de catastros comerciales se cuantifica la competencia del servicio proyectado para cada zona evaluada, y, a partir de encuestas se analiza la fidelidad potencial de dichas ofertas en las zonas evaluadas.

Metodología y especificaciones técnicas

Análisis de datos secundarios:

Se utiliza para localizar zonas geográficas que se identifican en mayor medida con el perfil socioeconómico proyectado como segmento meta de la propuesta comercial. Ello implica el relevamiento de información relativa a corredores de circulación de tránsito, catastros de servicios competidores, mercado penetrado por ella, y distintas variables sociodemográficas (sexo, edad, etc.).

Encuestas de intención de compra:

Consiste en entrevistar una muestra aleatoria representativa (5% de error a 95% de nivel de confianza) de clientes potenciales, para evaluar niveles de intención de compra, y sensibilidad a determinados niveles de precio y variantes en la oferta proyectada.

Control aleatorio del 20% de las encuestas realizadas.
Presentación ejecutiva de los resultados ante el cliente.

Brindamos Calidad y Seguridad en la Información a partir del seguimiento estricto del "Manual de Procedimientos Opción Consultores".

Qué Distingue a Opción Consultores

Opción Consultores apoya su departamento comercial a partir de especialistas en investigación social y de mercados, y al mismo tiempo brinda consultoría estratégica a partir de la participación de consultores seniors de amplia trayectoria y especialización en el área.

Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa

Ofrecemos sistemas de información estandarizada que permiten medir, evaluar y mejorar el desempeño de las organizaciones.

Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing

* Ante cualquier consulta relativa a éste u otros servicios comunicarse con Opción Consultores opcion@adinet.com.uy; (02) 4105523