



Estudio de Evaluación Promocional

¿En qué consiste la Evaluación de Impacto Promocional?

La evaluación de impacto promocional se dirige a conocer la eficacia de una campaña promocional en términos de: a) efectividad de comunicación de la promoción; b) recordación de promociones; c) recordación de beneficios; d) posicionamiento competitivo de beneficios promocionales; e) evaluación de beneficios de la promoción; c) impacto en la actitud de consumo/prueba del producto/servicio.

Las acciones promocionales consisten en acciones de seducción para alentar la búsqueda de información, prueba o compra de un producto o servicio, o a la intensificación de su uso. Adicionalmente las promociones tienen un fuerte impacto en la imagen de marca, por asociación a beneficios, a otras marcas, recordación y diferenciación¹.

¿Cuáles son los principales beneficios para su empresa?

- 1)** Evalúe la efectividad comunicacional de su promoción y compárela con la efectividad de sus competidores;
- 2)** Sepa cuán reconocida y recordada es su promoción – recordación/relevancia promocional ;
- 3)** Evalúe si su público objetivo reconoce los beneficios de la promoción y cómo tiene que hacer para acceder a éstos – recordación de beneficios y métodos de participación –;
- 4)** Conozca los beneficios más valorados según la percepción de los consumidores. “Entre los siguientes beneficios promocionales: a) beneficio a; b) beneficio b; etc. ¿cuál considera que es el mejor premio para una persona como usted?”
- 5)** Evalúe su posicionamiento en relación a beneficios promocionales. “¿Cuál es la marca de ... con mejores promociones para sus consumidores?” – posicionamiento de beneficios promocionales de marca –;
- 6)** Conozca el impacto en la actitud de consumo/prueba de producto. “¿Cuán dispuesto estaría a probar la marca ... para participar en la promoción?”

¹ Los pasos a seguir para el armado de una promoción son(Miguel Ángel Vicente, Marketing y Competitividad, Pentice Hall, 2009):

a) Identificar la audiencia meta y sus características; b) definir impacto buscado (imagen de marca, prueba de producto, mayor consumo); c) creación de promoción – mensaje, contenido, estructura y formato atractivo y eficaz; d) definición de canales y fuentes; evaluación de impacto de promoción.



Metodología y Especificaciones Técnicas

Encuesta Telefónica a partir de muestra aleatoria simple: 200 casos/ 300 casos/400 casos (+/- 7%; 5,25%; 5% de margen de error a un 95% de nivel de confianza. $p=q=0,5$)

Control aleatorio del 20% de las encuestas realizadas. Control presencial del 100% de las encuestas realizadas. Brindamos **Calidad y Seguridad en la Información** a partir del seguimiento estricto del “**Manual de Procedimientos Opción Consultores**”.

Qué Distingue a Opción Consultores

Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa. Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing. **Los servicios de investigación de mercados se combinan con consultoría en definición de lineamientos estratégicos de marketing (área de producto, distribución y ventas, comunicación, promoción y precios). Los servicios ofrecidos permiten generar economías y capitalizar oportunidades a su marca a partir de la definición de estrategias sobre la base de información de mercado.** Opción le ofrece un servicio personalizado y comprometido con la generación de valor para su empresa, buscando generar economías en los costos de acceso a la información.

Servicio desarrollado por Opción Consultores. Para mayor información comunicarse con Opción Consultores: (005982 4026509)

info@opcion.com.uy
www.opcion.com.uy
www.externainvestigacion.com