

Focus Groups

Focus Groups Opción Consultores

Los Focus Groups, como técnica de cabecera en el menú de técnicas cualitativas, permiten comprender en profundidad cómo los consumidores piensan y sienten en relación a las distintas marcas. Comprender en profundidad sus pensamientos y sensaciones permite a las empresas delinear una oferta y comunicación con ventajas competitivas en relación a las marcas competidoras.

Información Obtenida

La herramienta permite esclarecer en profundidad múltiples aspectos del comportamiento del consumidor:

- “¿Cuáles son las motivaciones que llevan a los consumidores a elegir entre las distintas marcas?”
- “¿Cuáles son las principales necesidades que buscan satisfacer?”
- “¿Cuál es la imagen en profundidad de mi marca y de las marcas competidoras?”
- “¿Qué atributos debería tener mi producto/servicio para que sea elegido en relación a otras ofertas?”
- “¿El producto que estamos desarrollando motiva la acción de compra del segmento de mercado al cual va dirigido? ¿Por qué razones no la motiva?”
- “¿Qué cambios deberíamos de realizar al producto/servicio para que sea elegido?”
- “¿Cuál es la evaluación de la relación precio calidad del producto/servicio de la empresa?”
- “¿Qué sensaciones y pensamientos despierta mi publicidad y los diferentes elementos de comunicación de la empresa?”

Características Generales de los FOCUS GROUPS OC

Son sesiones grupales en las que grupos de 6 a 12 personas (“participantes”) se reúnen a intercambiar ideas en relación a diversos tópicos y dinámicas que un moderador presenta al grupo como pauta de trabajo

La principal virtud de la técnica está en la generación de sinergia grupal, promoviendo entre los participantes la expresión de sus sentimientos y pensamientos, generando profundidad de información y riqueza de diversidad de enfoques y percepciones. Al mismo tiempo pueden ser presenciados por la empresa y transmitir preguntas al moderador mientras se realiza la sesión de grupo. Del mismo modo, los grupos son registrados en imagen y audio, lo que permite el análisis del lenguaje gestual de los participantes.

Metodología y Especificaciones Técnicas

Reclutamiento de participantes: a partir de cuestionario compuesto de una serie de “preguntas filtro” que los contratantes del proyecto definan en función de los segmentos de mercado de interés para el estudio. Este cuestionario da cuenta del perfil descriptivo que caracteriza a los segmentos de consumidores que constituyen el público objetivo al cual se dirige el estudio.

Fuentes de Selección:

1. Intercepción a la salida de locales de tránsito de segmentos de interés. (Ej. bares, pubs y restaurants, supermercados, etc).
2. Llamadas telefónicas aleatorias a hogares.

Lugar de reunión: Neutro. Espacios neutros, en los que se garantice total imparcialidad y neutralidad valorativa con relación al tópico a desarrollar en las instancias de discusión grupal previstas.

Duración (aproximada): 1h 30 mins. (aprox.) por cada Focus Group.

Moderación: A cargo de profesionales con experiencia en moderación de Focus Groups (Psicólogos y Sociólogos).

Análisis: A cargo de profesionales con experiencia en análisis cualitativo de Focus Groups. Los profesionales que participan en la moderación participan en el análisis de los grupos. Las técnicas de análisis integran al análisis de contenidos, gestual, expresivo y proyectivo de los respaldos documentales – audiovisual y grupos desgrabados – en función de los objetivos planteados por la empresa.

Respaldo de la información: Audiovisual. Filmación de grupos, transmisión de los mismos a través de circuito cerrado de TV. Visualización de los mismos por cliente contratante del estudio en sala acondicionada para la proyección de los mismos.

Interactividad – Cliente – Proceso de Investigación: a partir de intercomunicador, el cliente puede disponer de la posibilidad de interactuar con el moderador del grupo durante el desarrollo de las discusiones.

Producto entregado: Son entregados respaldos digitales de los materiales audiovisuales resultantes de la realización de los grupos y documentos de desgrabación de grupos. Al mismo tiempo se entrega informe de investigación a partir de objetivos, sub-objetivos, y métodos de análisis pactados con el cliente.

Qué distingue a Opción Consultores

- Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa.
- Los servicios de investigación de mercados se combinan con consultoría en definición de lineamientos estratégicos de marketing (producto, distribución y ventas, comunicación, promoción y precios).
- Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing.
- 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. Montevideo - Uruguay)

info@opcion.com.uy

www.opcion.com.uy

www.externainvestigacion.com