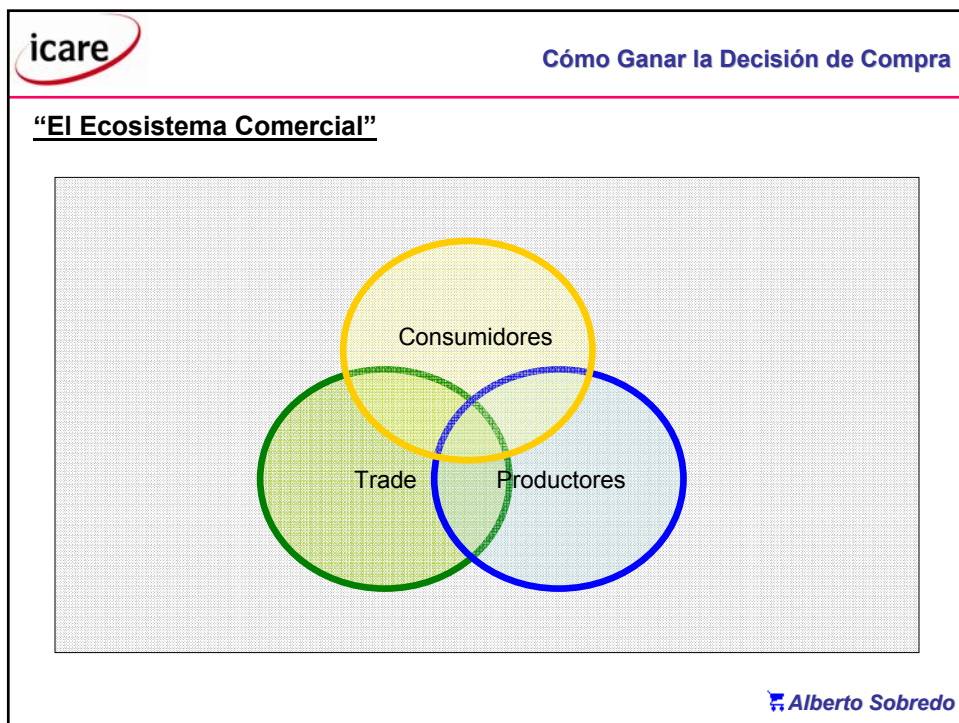




Cambios en el “Ecosistema”

- Los cambios en nuestro “ecosistema comercial” ocurrieron rápidamente.
- El Trade evolucionó y se concentró veloz y muy efectivamente.
- El Consumidor está en plena transformación.
- Algunas Empresas Productoras aún no se adaptaron...
- y otras buscan cómo responder a los cambios en el ecosistema...

 Alberto Sobredo**Cambios en el “Ecosistema”**

- Existe una creciente variedad de productos en cada categoría...
- las marcas y DOBs acompañan esta proliferación...
- en los distintos retailers, que están variando sus formatos...
- La diversidad de opciones complica la decisión de compra...
- de un consumidor cada vez más informado y exigente.
- El crecimiento es un objetivo compartido y esquivo

 Alberto Sobredo

Cambios en el “Ecosistema”: *El Trade*

- **El Trade** evolucionó de “espectador” a “protagonista”
 - Mayor **concentración**
 - Nuevos **formatos**
 - **Crédito**
 - **Marcas Propias**
 - etc.
- Amplio nivel de **Competencia entre retailers**

 Alberto Sobredo**Cambios en el “Ecosistema”: *El Consumidor***

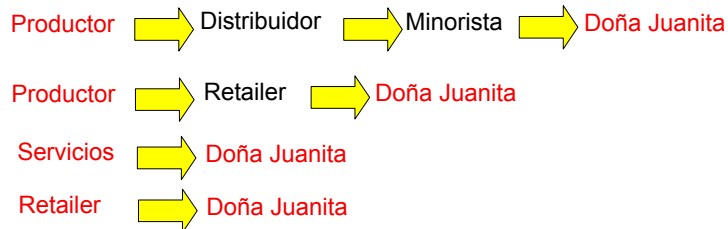
- Cambios en la **composición familiar**
- Cambios en el **nivel de ingresos**
- **Acceso al crédito**
- “**Sobre – estímulo**”
- Cambios en la **canasta de consumo**
- Cambios en lo **hábitos de consumo** - paradoja

 Alberto Sobredo

Cambios en el “Ecosistema”: **El Consumidor**Cambios en el “Ecosistema”: **El Consumidor**

Cambios en el “Ecosistema”: Los Productores

Aló..... me escucha Doña Juanita ?



✓ ***El retail está en contacto directo con el consumidor***

✓ ***pero, “proximidad” no es igual a “intimidad”***

 **Alberto Sobredo**

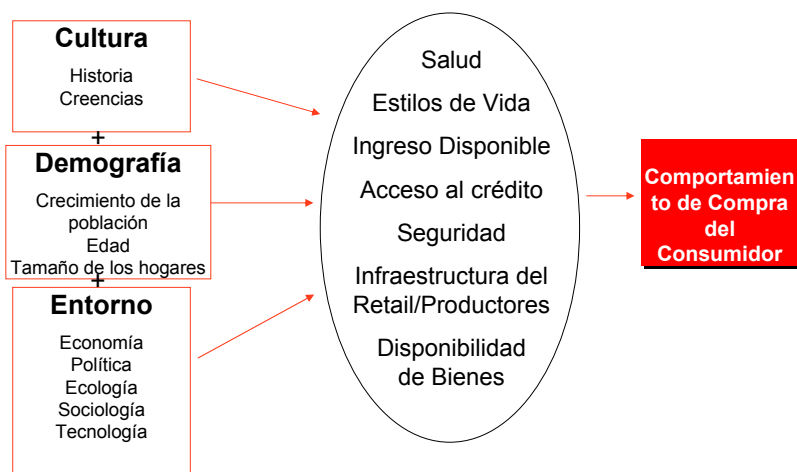
Cambios en el “Ecosistema”: Los Productores

- **Cambios en el balance de poder con el retail**
- **Cambios en los patrones de consumo**
- **Consumidor más informado**
- **La organización, no siempre se adapta a esta cambiante realidad**
 - Más variedad de productos para los consumidores
 - La diferenciación entre productores competidores se hace más complicada
 - Hay más alternativas de medios y consumidores “surfeando”
 - Los consumidores compran en canales múltiples
 - Los consumidores son más exigentes y menos leales

Cambios en el “Ecosistema”

- *Los cambios en nuestro “ecosistema comercial” ocurrieron rápidamente.*
 - *El trade evolucionó y se concentró veloz y muy efectivamente.*
 - *El consumidor está en plena transformación.*
 - *Muchas empresas no se adaptaron,*
 - *y otras están buscando cómo responder a los cambios del ecosistema...*
- ✓ nuestro “**ecosistema comercial**” está en **equilibrio inestable**,
 - ✓ los **recursos** no se están invirtiendo de manera óptima
 - ✓ es preciso **buscar un mejor balance**

Alberto Sobredo

Cambios en el “Ecosistema”: *El Consumidor*

Los Consumidores = $\sum$ Gente (Cultura + Demografía + Entorno)

Alberto Sobredo

Cambios en el “Ecosistema”: *El Consumidor*

- **Motivaciones**, aspiraciones, etc.: **más estables**
- Esencialmente **dinámico**,
- **Verbalización** no es igual a **acción**
- Investigación tradicional provee útiles **“insights”** de categorías,
- Frecuentemente desde el **punto de vista de cada industria**
- y **raramente anticipan** el comportamiento en el “acto de compra”

**El Consumidor como *Shopper***

- El consumidor en “el acto de compra”: **Shopper**
- De **50% a 70% de los actos de compra se deciden en la góndola**



El Shopper = **“multi – viduo”**

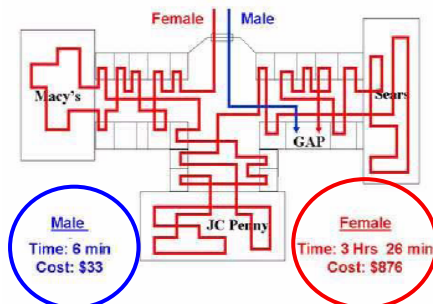
El acto de compra = **“el momento de la verdad”**

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?

- ✓ Alrededor del **75%** de los shoppers **son mujeres**
- ✓ Las **mujeres y hombres** tienen **diferentes patrones de compra**

El Consumidor como **Shopper**

Mission: Go to Gap, Buy a Pair of Pants



Como Ganar la Decisión de Compra ?

- ✓ Alrededor del **75%** de los shoppers **son mujeres**
- ✓ Las **mujeres y hombres** tienen **diferentes patrones de compra**
- ✓ Alrededor del **60%** de los shoppers hace **una compra principal al mes**



- ✓ Alrededor de **90%** de los shoppers **tienen una sala “complementaria”**
- ✓ Dependiendo de la categoría y el tipo de shopper, el **tiempo de decisión de compra** va desde **30 segundos** a **un par de minutos**

 **Alberto Sobredo****Qué, Cómo, Dónde y Por Qué Comprarán los Chilenos**

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?

- ✓ Dónde compran, cuando, como, porqué ?
- ✓ Cuantos tipos de “**ida de compras**” hacen ?
- ✓ Cuales son sus “**comportamientos típicos**” en cada local ?



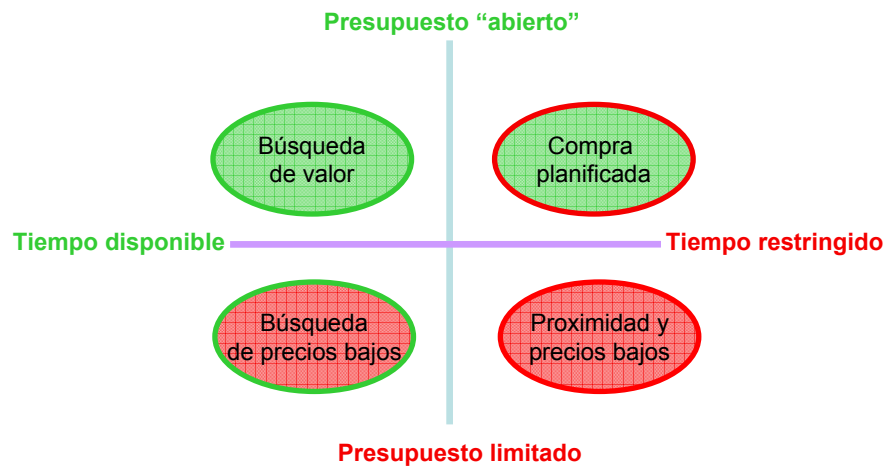
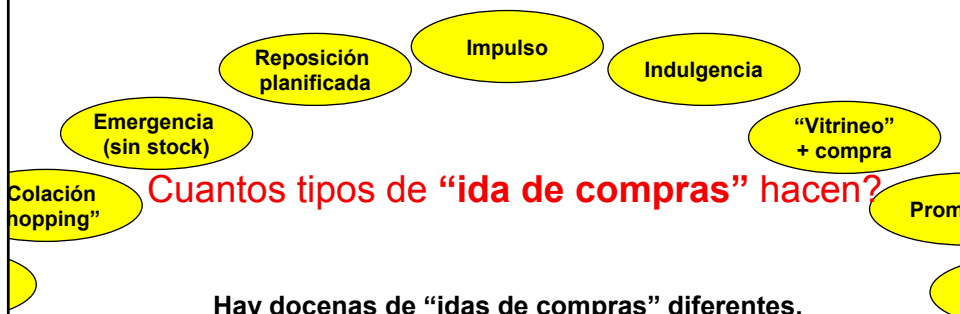
- ✓ Cual es la penetración de la categoría en cada local ?
- ✓ Cuales son sus comportamientos típicos en la categoría ?
- ✓ Cómo “**agrupan los productos**” de la categoría ?

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?

- ✓ Cómo **segmentar a los shoppers** de cada categoría ?
- ✓ Qué factores definen las **decisiones de compra** ?
- ✓ Que hace que una marca **se diferencie y gane** en una sala ?



- ✓ Cual es la efectividad de las distintas variables ?
- ✓ Cómo influenciar la decisión de compra de marca y producto en cada sala ?

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?

Cuantos tipos de "ida de compras" hacen?

Hay docenas de "idas de compras" diferentes,
condicionadas por docenas de variables, y
todos los tipos de shopper hacen todas las visitas de compra !

Como Ganar la Decisión de Compra ?

- **Experiencias** en la **“ida de compras”** a un local:

- **Aspectos positivos:**

- Es “un paseo”, una razón para salir de la casa
- Local: proximidad, higiene, iluminación, pasillos amplios, etc.
- Personal: ocupado, actitud, pocos cajeros, etc.
- Estimula los sentidos: degustaciones, colores, olores, música...
- Se gasta dinero, en proveer a la familia

} **Genéricos**→ **Específico**

- **Aspectos negativos**

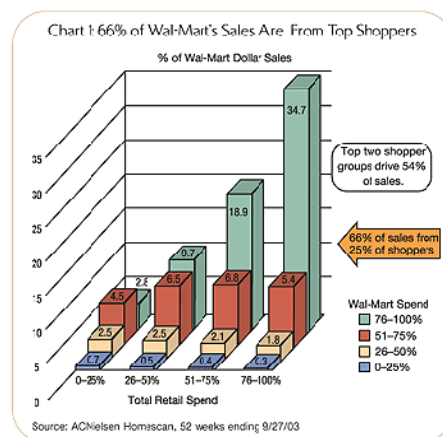
- Local: proximidad, higiene, iluminación, pasillos amplios, etc.
- Personal: ocupado, actitud, pocos cajeros, etc.
- Cambiaron el “lay-out” o los planogramas
- Lo que busca está agotado

} **Genéricos**} **Específicos (qué lata...!)**

Alberto Sobredo

Como Ganar la Decisión de Compra ?

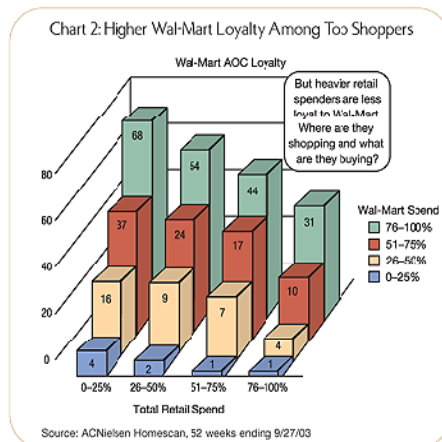
- El **shopper** de Wal Mart:



Alberto Sobredo

Como **Ganar la Decisión de Compra** ?

- El **shopper** de Wal Mart:



Alberto Sobredo

Como **Ganar la Decisión de Compra** ?

Como ganar la decisión de compra **para nuestra marca** ?



Entendiendo y deleitando al shopper !!!



Como Ganar la Decisión de Compra ?**Rol del productor frente al shopper**

- ✓ Brindarle **los productos que quiere**,
- ✓ en **el local adecuado**,
- ✓ exhibidos para **facilitar su decisión de compra**.



- ✓ Brindarle **los productos que no conoce y no sabe que necesita**,
- ✓ en los **locales que visita**,
- ✓ **exhibidos** para **promover su compra**.

Como Ganar la Decisión de Compra ?**Rol del productor en una sala**

- **Atraer shoppers !**
- **Compartir** su experiencia
- Entender la **relación entre “viaje de compras” y el local**
- Crear **condiciones favorables** para la compra
- **INNOVAR !!!**
- **Propiciar** el “upgrading” dentro de la categoría
- **Surtido** (opciones a distintos precios)
- **Disponibilidad** (no a los quiebres de stock)
- **Contactos múltiples** dentro del local
- Motivar **compras por impulso**
- **Promociones** con **valor agregado**
- **Informar al shopper** (activación, demostración, etc.)

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?

Disfruta comprando	↔	Es un mal necesario
Compra en un local	↔	Compra en varios
Privilegia cercanía	↔	Privilegia otros factores
Planifica la compra	↔	No hace listas
Hace compras rápidas	↔	Dedica el tiempo necesario
Fija presupuesto	↔	No fija presupuesto
Privilegia marca	↔	Privilegia precio

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?

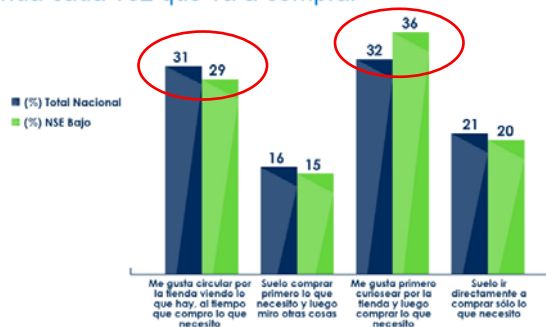
- o Nivel socio-económico
- o Edad
- o Área Geográfica
- o Tipo de retail
- o etc.



- Actitudes
- Preferencias
- Intereses
- Rutinas
- etc.

Como **Ganar la Decisión de Compra** ?

a la mayoría le gusta pasear por la tienda cada vez que va a comprar

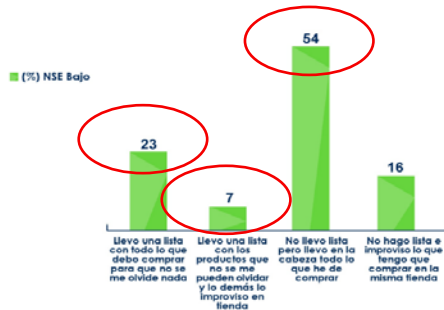


PREGUNTA: Cuando va a una tienda de productos de consumo habitual ¿Qué es lo que normalmente le gusta hacer?

Fuente: Ipmisson Encuesta Pensamientos y Actitudes de los Dueños de Casa, 2004.
Total nacional: Santiago, Antofagasta, La Serena/Coquimbo, Viña del Mar/Valparaíso, Concepción/Talcahuano, Temuco.

Como **Ganar la Decisión de Compra** ?

El 84% tiene claro lo que va a comprar...

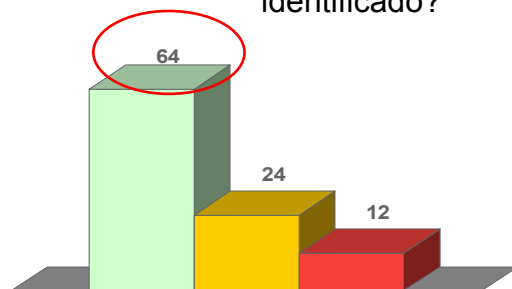


PREGUNTA: ¿Qué se asemeja más a su forma habitual de planificar la compra?

Fuente: Ipmisson Encuesta Pensamientos y Actitudes de los Dueños de Casa, 2004.
Total nacional: Santiago, Antofagasta, La Serena/Coquimbo, Viña del Mar/Valparaíso, Concepción/Talcahuano, Temuco.

Como Ganar la Decisión de Compra ?

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones se siente más identificado?

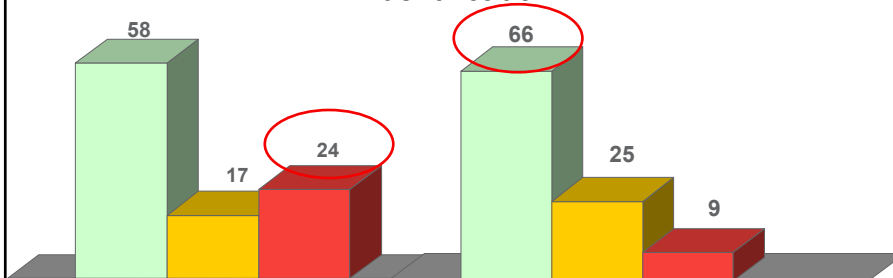


- Casi Siempre compro las mismas cosas
- Me suelo dejar tentar por nuevas cosas que veo
- Compro nuevos productos sólo cuando me lo recomiendan

Total Nacional-Penetración-Homescan

Como Ganar la Decisión de Compra ?

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones se siente más identificado?



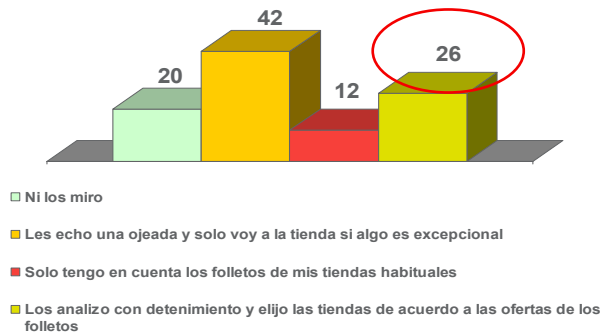
NSE ALTO

NSE BAJO

- Casi Siempre compro las mismas cosas
- Me suelo dejar tentar por nuevas cosas que veo
- Compro nuevos productos sólo cuando me lo recomiendan

Como Ganar la Decisión de Compra ?

Hablemos ahora de los folletos/catálogos de los productos de consumo habitual que entregan las tiendas de supermercados.
¿Qué es lo que normalmente hace?



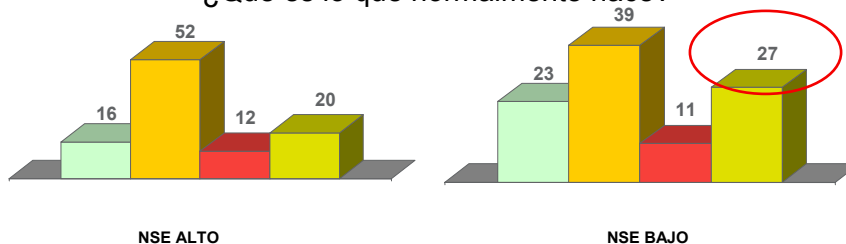
nielsen

Total Nacional-Penetración-Homescan

Alberto Sobredo

Como Ganar la Decisión de Compra ?

Hablemos ahora de los folletos/catálogos de los productos de consumo habitual que entregan las tiendas de supermercados.
¿Qué es lo que normalmente hace?

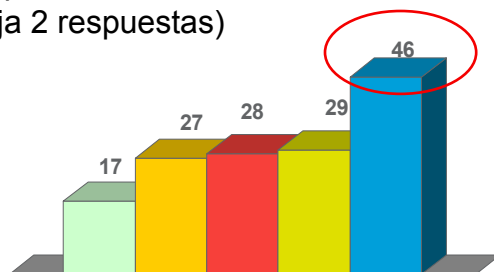


nielsen

Alberto Sobredo

Como Ganar la Decisión de Compra ?

En relación con las promociones.
¿Qué es lo que normalmente hace?
(Elija 2 respuestas)

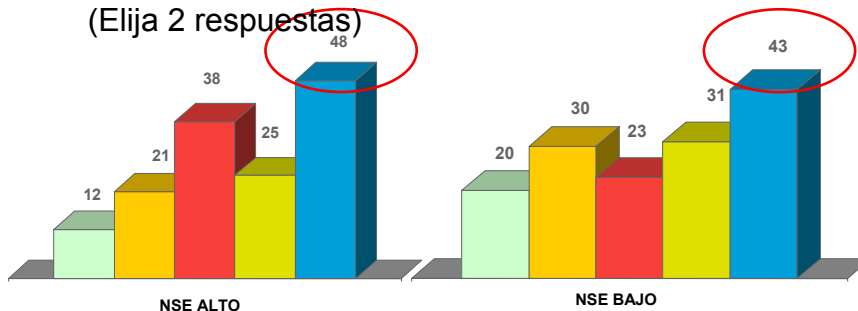


- Normalmente voy a diversas tiendas en busca de promociones
- Cuando voy a mi tienda habitual lo primero que busco son las promociones
- Solo compro en promoción cuando coincide con mis marcas habituales
- Suelo comprar productos que no pensaba pero que están en oferta
- Compró lo que necesitó aunque sus marcas no están en promoción

Total Nacional-Penetración-Homescan

Como Ganar la Decisión de Compra ?

En relación con las promociones.
¿Qué es lo que normalmente hace?
(Elija 2 respuestas)



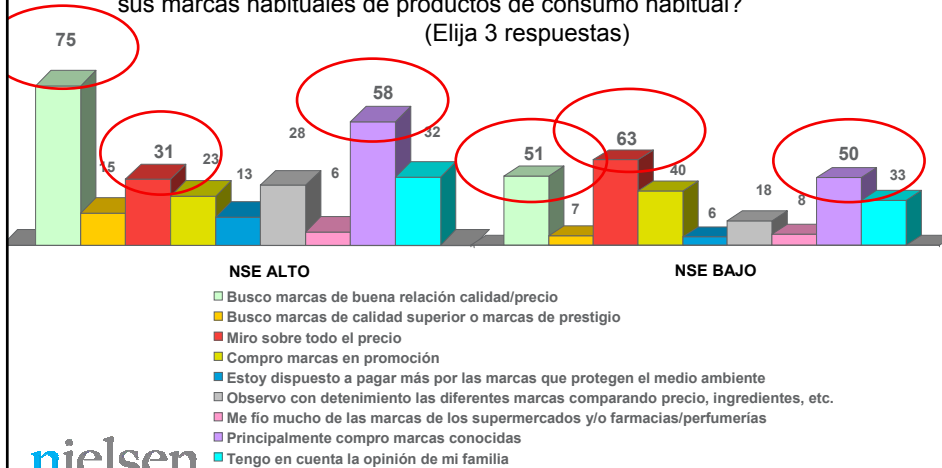
- Normalmente voy a diversas tiendas en busca de promociones
- Cuando voy a mi tienda habitual lo primero que busco son las promociones
- Solo compro en promoción cuando coincide con mis marcas habituales
- Suelo comprar productos que no pensaba pero que están en oferta
- Compró lo que necesitó aunque sus marcas no están en promoción

Como Ganar la Decisión de Compra ?

¿Qué es lo que más se asemeja a su comportamiento a la hora de elegir sus marcas habituales de productos de consumo habitual?
(Elija 3 respuestas)

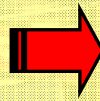
**Como Ganar la Decisión de Compra ?**

¿Qué es lo que más se asemeja a su comportamiento a la hora de elegir sus marcas habituales de productos de consumo habitual?
(Elija 3 respuestas)

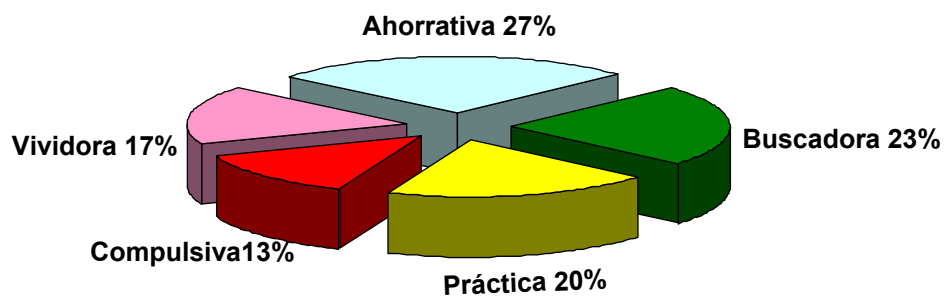


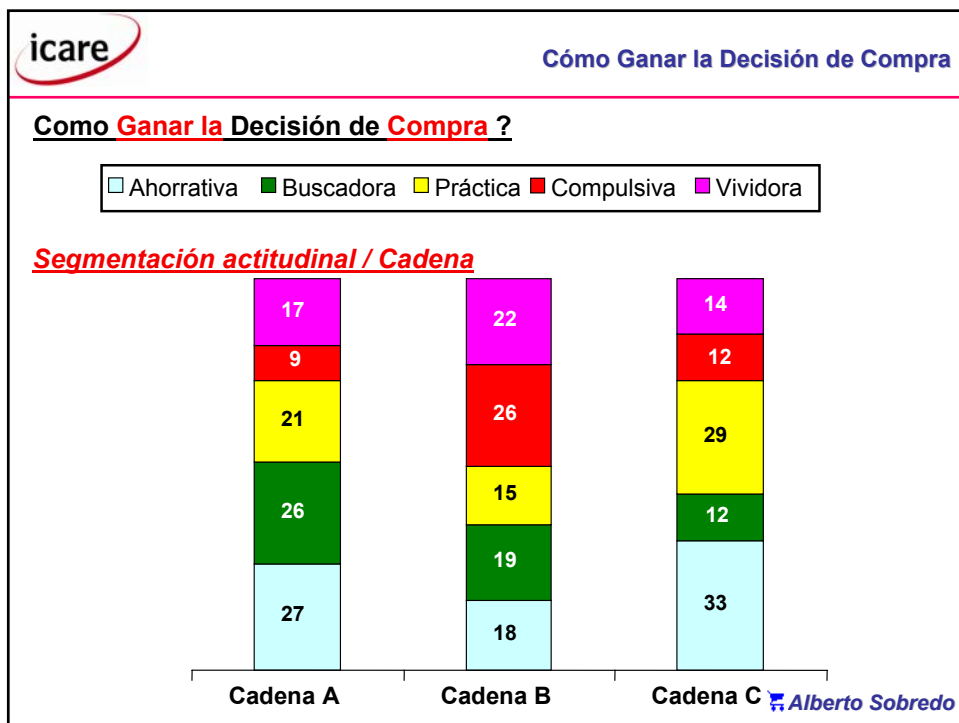
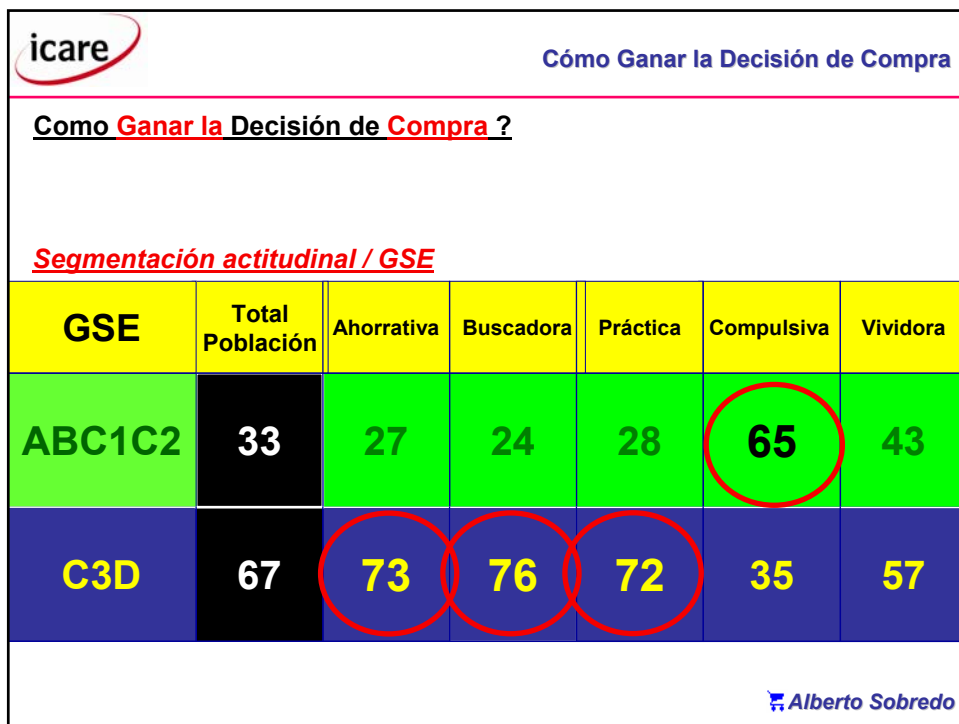
Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?

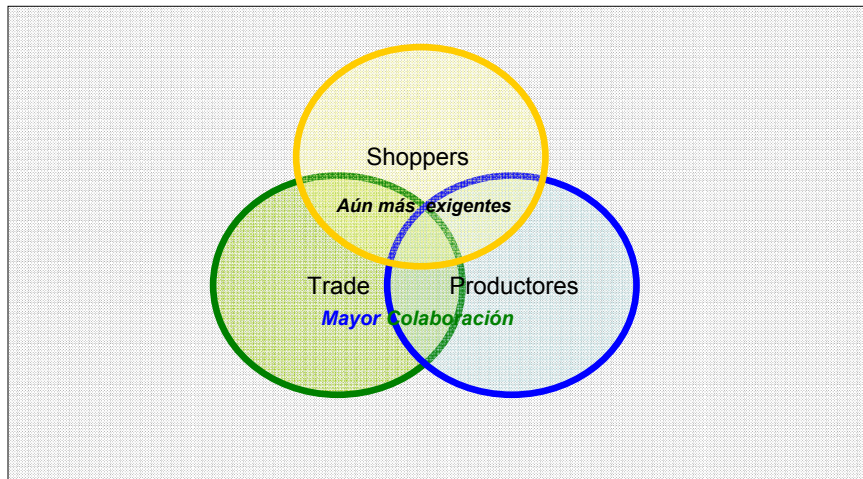
- o Nivel socio-económico
- o Edad
- o Área Geográfica
- o Tipo de retail
- o etc.



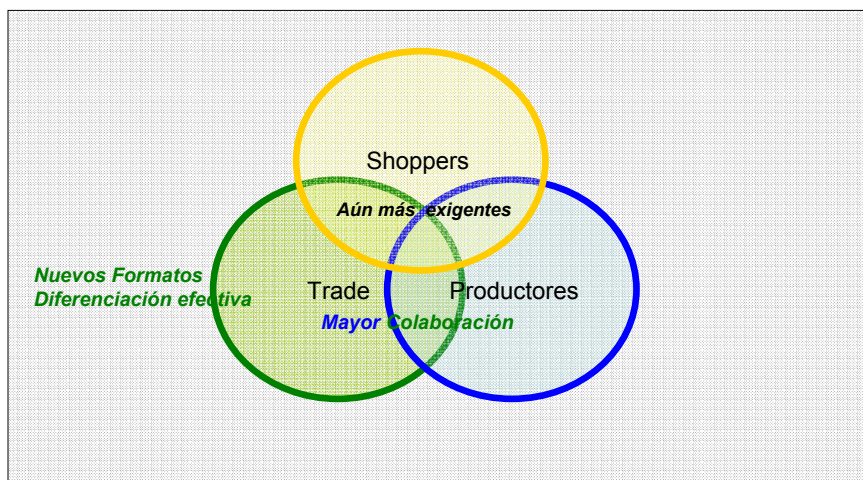
- Actitudes
- Preferencias
- Intereses
- Rutinas
- etc.

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?**Segmentación actitudinal:**

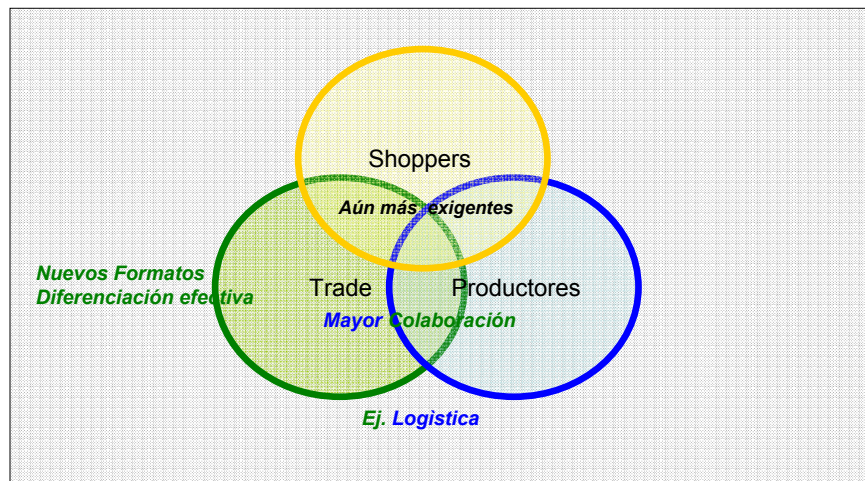


“El Ecosistema Comercial”

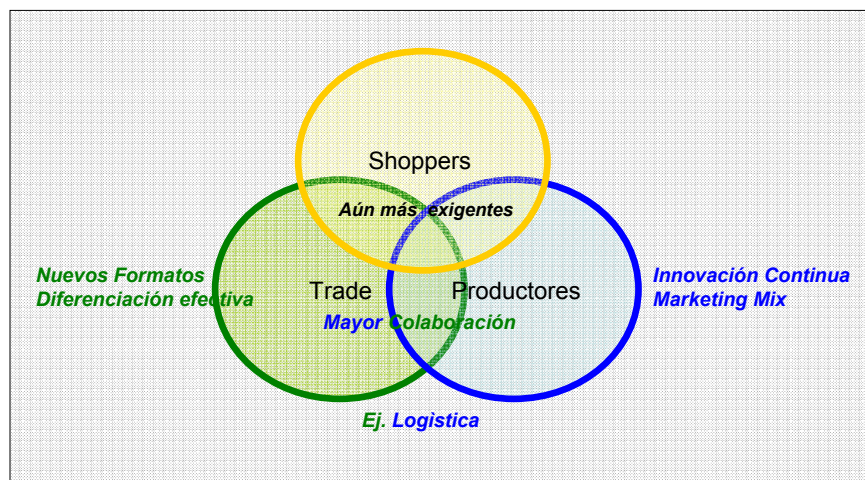
Alberto Sobredo

“El Ecosistema Comercial”

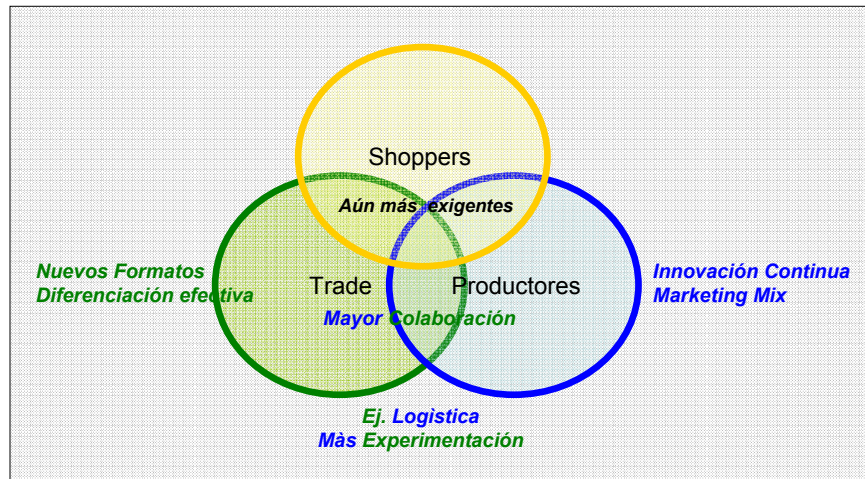
Alberto Sobredo

“El Ecosistema Comercial”

Alberto Sobredo

“El Ecosistema Comercial”

Alberto Sobredo

“El Ecosistema Comercial”

Alberto Sobredo

Como **Ganar la** Decisión de **Compra** ?