

Ayuda a identificar oportunidades de diferenciación en tu sector, territorios frente a tu competencia, y a detectar a tiempo, intenciones de uso y barreras de consumo.

¿Cómo?

- > Permite conocer la situación de una industria mediante el seguimiento de contenidos difundidos o buscados en medios offline, medios online y en redes sociales.
- › Analiza el posicionamiento de una marca concreta con respecto a otras marcas en la industria, ayudando a entender su actividad, qué transmiten y qué se perciben de ellas, así como identificar qué valoran los consumidores, medios y otros players en torno a determinados territorios u oferta comercial.
- Identifica oportunidades de mercado para la marca y sus productos
- > Detecta claves que permiten optimizar la estrategia de content marketing y de SEO/SEM de la compañía, estableciendo prioridades y estimación de la inversión necesaria para la consecución de objetivos.

CASE STUDY

Casen Recordati

Reto

Los laboratorios farmacéuticos, Casen Recordati, necesitaban conocer qué percepción se tenía, sobre la patología que trataba su nuevo producto en diferentes países, de cara a su lanzamiento.

Solución

Se le propuso Industry Analysis para ayudarles a entender cómo se percibía dicha patología dentro del sector y ayudarles a identificar intenciones de uso, así como barreras de consumo.

Resultados

Esto permitió a Casen Recordati a definir y planificar de forma más eficaz su estrategia de lanzamiento del nuevo producto adaptándola a cada país según los insights obtenidos de Industry Analysis.

Cuánto interés genera un territorio

-) ¿Cuánto interés se ha generado acerca de los territorios de interés en mi industria (noticias o búsquedas)?
-) ¿Cuál es nuestra "huella mediática" por territorio?
-) ¿Qué interés hay por categorías de productos en estos territorios y cual es mi posición en ellas?

Qué se dice

-) ¿Qué temas son los que más interés han generado por territorio, y cuales se asocian a oferta comercial?
- ¿Cuáles son los principales mensajes que calan en la sociedad? ¿Cuáles gustan y cuales no?
- ¿Cuál es la posición de mi marca y que a qué temas y mensajes se asocia?

쬣 Dónde se habla

- **)** ¿En qué canales y soportes hay mayor demanda u oportunidad?
- ¿Cuál es el interés por grupo de target y dónde encontrarlos? ¿En qué etapa del purchase funnel se encuentran?
- ¿Qué formatos obtienen mejores resultados según target y canal?

Cómo mejorar

- ¿Qué oportunidades tiene mi marca por territorio o por línea de negocio?
-) ¿Coinciden los contenidos más buscados con los que generan mayor engagement?
-) ¿Cuánto y dónde invertir en comunicación?
-) ¿Qué temas y mensajes podemos potenciar?

