

CAPITULO 2



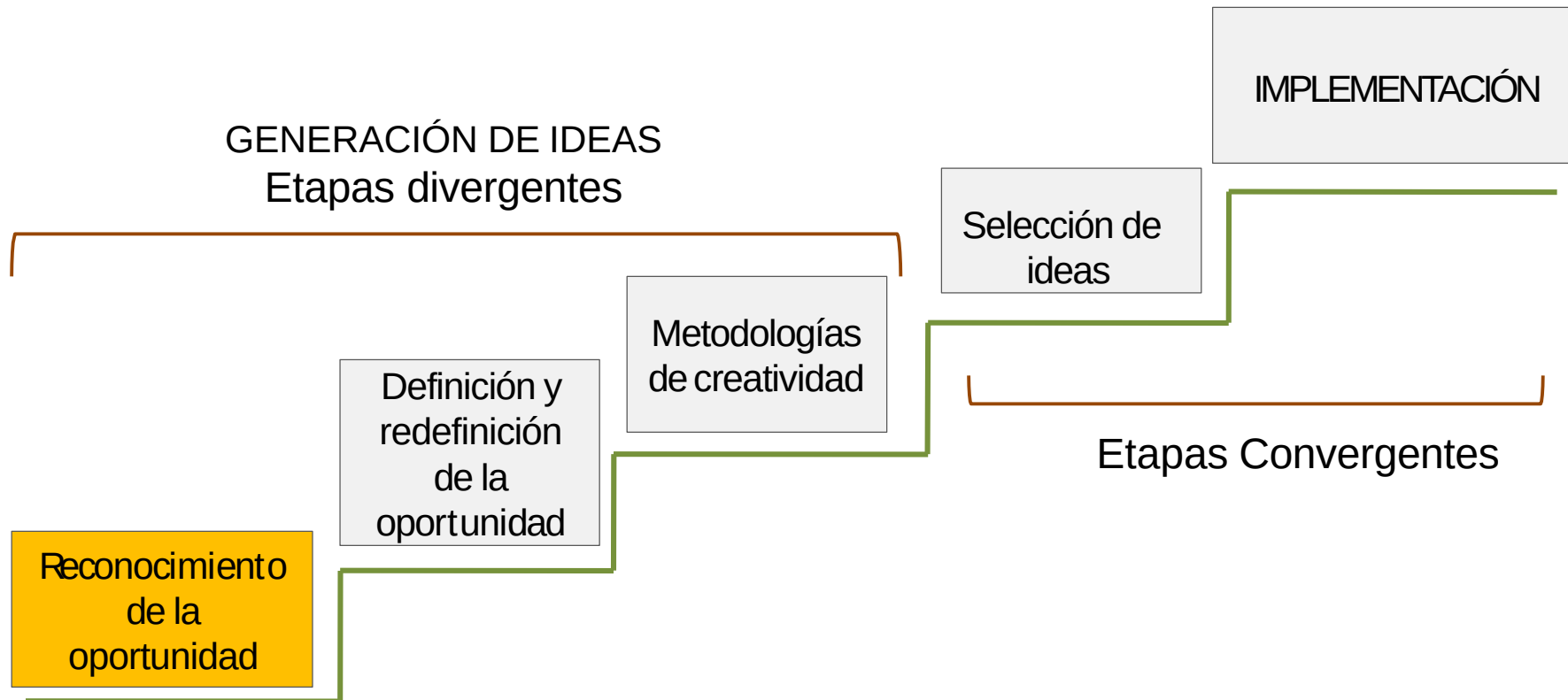
Un blog de marketing

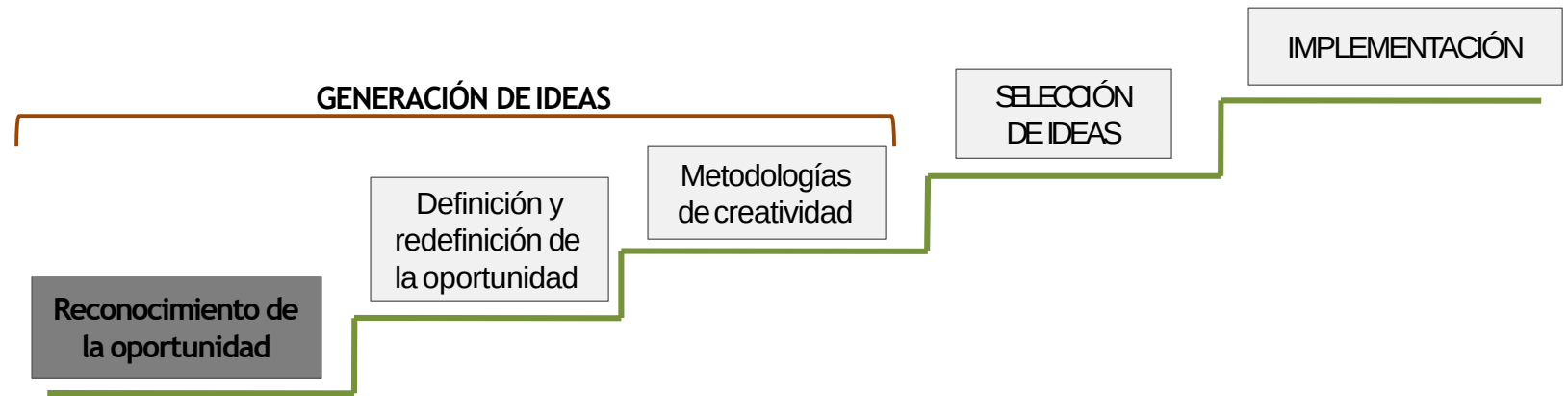


Un blog de marketing

Etapas del proceso de innovación

Etapas del proceso de innovación

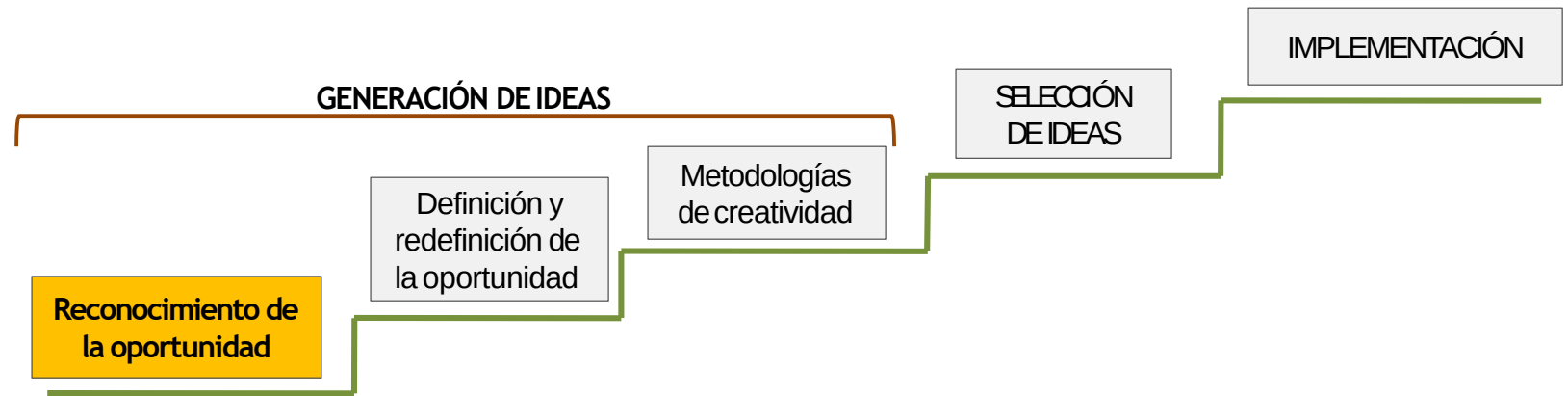




Qué hacer para reconocer nuevas oportunidades

- Revisar constantemente las oportunidades internas y externas de la organización.
- Imponer el hábito de “ver más allá” a todo nivel de la empresa
- Establecer canales de comunicación para escuchar oportunidades
- Diseñar formas de estudiar tendencias e insights
- Utilizar mapas de utilidad





TENDENCIAS DEL MERCADO LOCAL

- Preferencia por productos orgánicos
- Crecimiento del e-commerce
- Preferencia por cervezas internacionales
- Índice de confianza se ha reducido
- Consumidores no planifican sus compras (deseo o necesidad?)



Tendencias en la compra de autos en Panamá

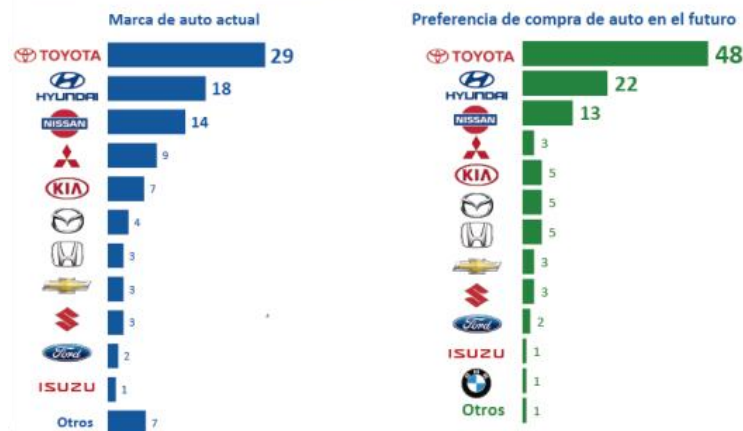
46%
de los entrevistados
compró su auto
nuevo

Entre los conductores panameños, la tendencia de compra de autos nuevos está en crecimiento.

78%
Preferencia de compra
de un auto nuevo

Tan solo 1 de cada 5 panameños posee auto propio

El mercado automovilístico de Panamá está liderado por 3 marcas, tanto en la tenencia actual como en la preferencia a futuro



Reconocimiento de la oportunidad

3 de cada 4 conductores de Toyota y 2 de cada 3 conductores de Hyundai son leales a su marca

Pick-Up es el segundo tipo de auto más deseado a futuro, pero es el que presenta mayor crecimiento vs. el auto actual

DICHTER & NEIRA
Research Network

¿Quieres más información? Contáctanos:
panama@dichter-neira.com
+507 236 4000

Broad perspective.
Deep analytics.
Better insights.

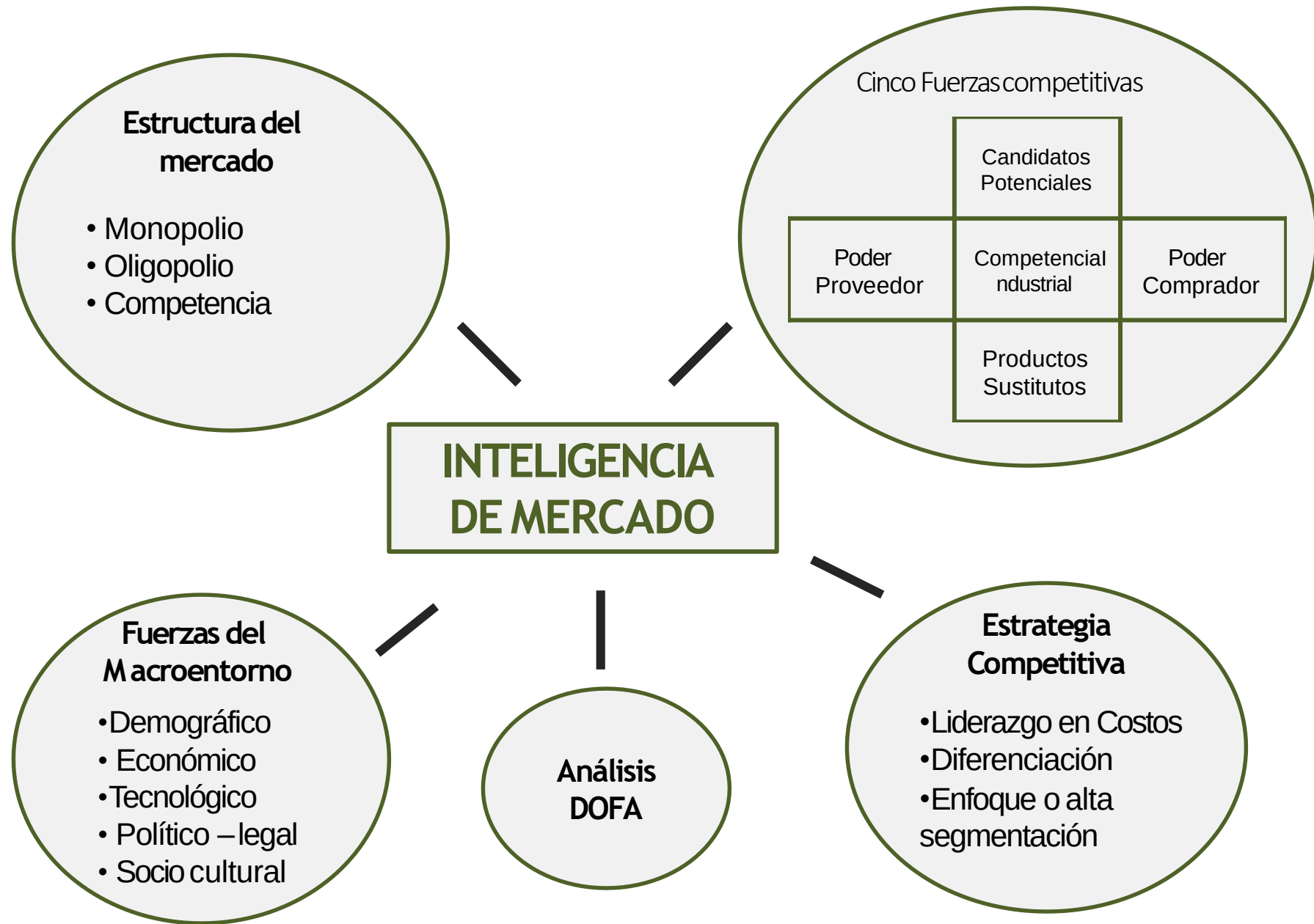
1,200 Entrevistas a población general mayores de 18 años / 210 Personas que poseen auto propio / Recolección de la información: Estudio cara-cara / Fecha de campo: Abril 2017



Un blog de marketing

Oportunidades de la Organización

Oportunidades Internas	Oportunidades Externas
Etapas de producción en paralelo	Elementos para agregar valor
Combinación de tareas	Nuevos nichos
Disminuir inventarios y desechos	Aumentar los clientes
Combinar esfuerzos	Aumentar las compras de los clientes actuales
Revisar proveedores	Ideas revolucionarias
Revisar uso de componentes y empaques	Aprovechar el potencial de los productos y servicios



Estudios etnográficos

¿Qué es la Etnografía?

Es la ciencia que estudia, describe y clasifica las culturas o pueblos

¿Cómo se hace un estudio Etnográfico?

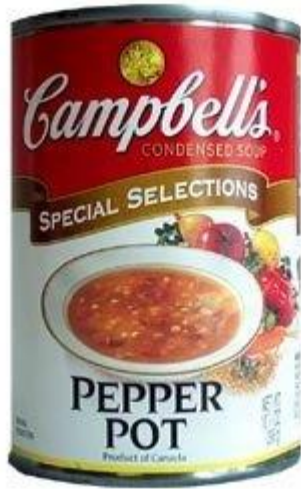
A través de la combinación de estrategias metodológicas basadas en la etnografía.

Herramientas Utilizadas en los Estudios Etnográficos

- La Observación: Registro de lo que se ve, tal y como se ve
- La observación Participante: Se forma parte de la comunidad a la vez que se observa
- Conversaciones, entrevistas abiertas, cuestionarios
- Historias de vida
- Estudio de casos.

Estudios etnográficos

Reconocimiento de
la oportunidad



Sopa?

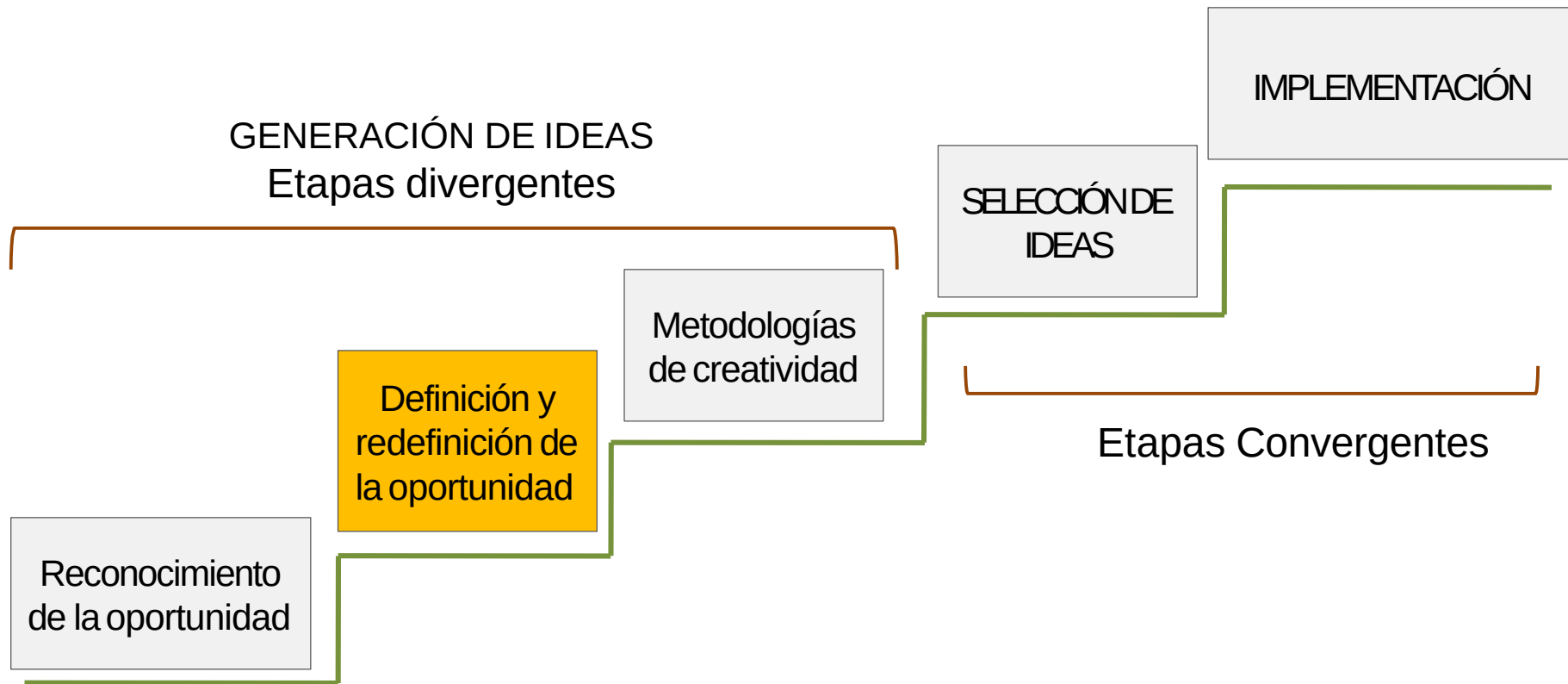
O

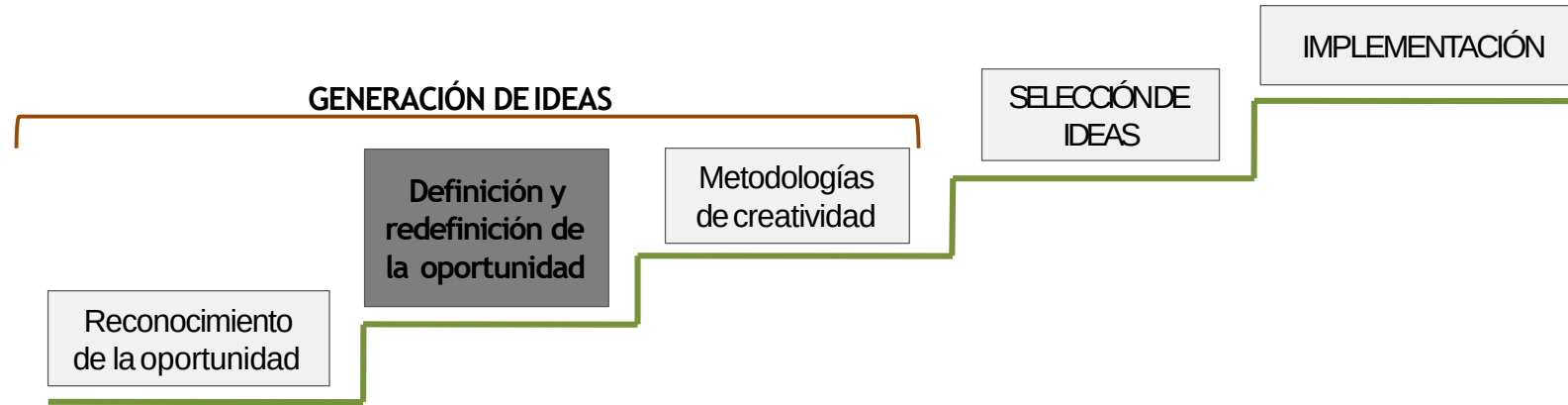
Ingrediente?

Mapas de utilidad

Etapas en la experiencia con la marca de Conceptos valor	Compra	Uso	Mantenimiento
Simplicidad			
Conveniencia			
Diversión			
Imagen			
Protección del medio ambiente			

Etapas del proceso innovador





Recomendaciones para definir y redefinir la oportunidad

- Es necesario realizar una clara descripción del problema. Hay que separar muy bien los síntomas del problema real.
- Usar la técnica del ¿Por qué? O cualquiera que se adapte a la situación a enfrentar
- Establecer un criterio de solución.
- Identificar recursos y limitaciones.

Ejemplos técnica del por qué?

Ejemplo 1

- No consigo quedarme dormido por las noches.
- ¿Por qué no consigo quedarme dormido por las noches?**
- Porque estoy nervioso.
- ¿Por qué estoy nervioso?**
- Porque tengo mucho trabajo.
- ¿Por qué tengo mucho trabajo?**
- Porque acepto encargos de demasiados clientes.
- ¿Por qué acepto encargos de demasiados clientes?**
- Porque quiero tener más ingresos a fin de mes.
- ¿Por qué quiero tener más ingresos a fin de mes?**
- Porque quiero dormir más tranquilo.

Ejemplo 2

En una ciudad, un monumento estaba muy deteriorado y las autoridades buscaban una solución al problema

- ¿Por qué estaba deteriorado?**
 - Porque se limpiaba muchas veces con productos de limpieza muy dañinos para el material con el que estaba hecho.
 - ¿Por qué se limpiaba tantas veces con esos materiales?**
 - Porque las palomas defecaban en él continuamente y era la única forma de limpiar sus excrementos.
 - ¿Por qué las palomas defecaban tanto en el monumento?**
 - Porque en el monumento había unas arañas de las que las palomas se alimentaban.
 - ¿Por qué había arañas en el monumento?**
 - Porque en el monumento había unos ácaros de los que las arañas se alimentaban a su vez.
 - ¿Por qué había esos ácaros en el monumento?**
 - Porque la luz los atrae y ese monumento estaba iluminado toda la noche.
- La solución fue retrasar media hora el encendido de la iluminación del monumento y los ácaros buscaron otros lugares iluminados, dejaron de proliferar, generando una reacción en cadena que provocó que ya no se tuviese que limpiar más.



PROFLOWERS RANKED

"HIGHEST CUSTOMER SATISFACTION WITH ONLINE FLOWER RETAILERS, FOUR YEARS IN A ROW"

— J.D. POWER, 2015, 2016, 2017 AND 2018

ring around the rosie

SALE
STARTING AT \$19.99

SHOP ROSE SALE



fresh gifts for dad

STARTING AT \$29.99



SHOP FATHER'S DAY



celebrate your love

STARTING AT \$19.99

SAY HAPPY ANNIVERSARY



☰ Show Filters

120 Results

Sort By: Featured ▾



Sweets Gourmet Gift Basket - GOOD
\$35 - \$55



Mrs. Fields® Just Smile
\$25 - \$70



Spring Sensation Fruit & Sweets
Gourmet Gift Basket - BETTER
\$70 - \$90



Fields of Lavender
\$50 - \$80



Fresh Fruit & Cheese Box
\$35 - \$55



Belgian Chocolate Dipped Birthday
Berry, Brownie Pop, Bear & Card
\$70



Kosher Gourmet Dried Fruit Tray
\$25



Fruitful Greetings Gourmet Gift
Basket
\$70 - \$110



Gourmet Dipped Swizzled
Strawberries
\$34.99 - \$59.99



Mrs. Fields® Deepest Sympathy
Cookies
\$30 - \$40



Meat & Cheese Gift Crate
\$60 - \$99



Snack Attack
\$40 - \$43



Enter Keyword or Product Number

Sign In My Orders (0) Cart

- SUMMER
- BIRTHDAY
- SYMPATHY
- OCCASIONS
- FLOWERS
- PLANTS
- GIFT BASKETS & FOOD
- KEEPSAKE GIFTS
- SAME-DAY DELIVERY
- SALE

SHOP TODAY'S BEST SELLING FLOWERS & GIFTS | SHOP NOW > RADIO OFFERS | CLICK HERE >



Birthday Gifts

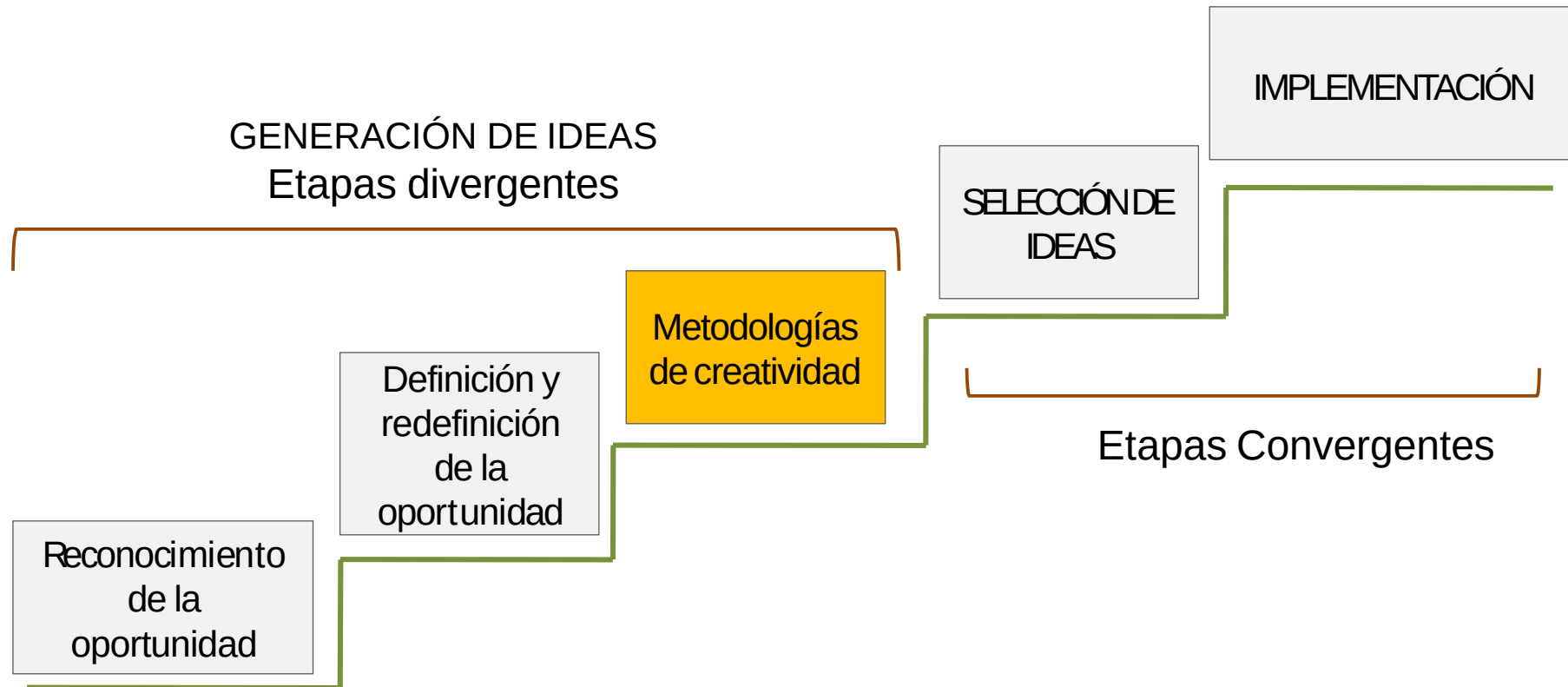
Trust Us to Deliver Their
Happiest Birthday

Need a Gift Now?

Shop Our **Exclusive** Gifts



Etapas del proceso innovador



Generación de ideas

Algunas técnicas utilizadas:

- Lluvia de ideas
- Lista de atributos y técnica de análisis
- Caja morfológica
- Seis sombreros del pensamiento

Técnicas para generar nuevas ideas

LLUVIA DE IDEAS

Su objetivo es generar el mayor número de ideas posibles en un ambiente sin inhibiciones de ninguna índole.

Es importante considerar lo siguiente:

- Una idea es una frase. Todas las ideas deben decirse en una sola frase
- Prohibido prohibir. Todas las ideas son tomadas en cuenta
- Es permitido construir sobre las ideas de los demás
- El libre pensamiento es bienvenido. Lo raro es lo mejor

Técnicas para generar nuevas ideas

LISTA DE ATRIBUTOS

Componente	Atributo
1	
2	
3	
¿Cómo se podrían cambiar, adaptar o mejorar estos atributos?	
1	
2	
3	

SCAMPER

lista de preguntas que estimulan la generación de ideas

- S— sustituir
- C – combinar
- A – adaptar
- M – modificar
- P— utilizarlo para otros usos
- E— eliminar o reducir al mínimo
- R— reordenar o invertir



Técnicas para generar nuevas ideas

- Caja morfológica

<i>Problema: preparar unas vacaciones</i>					
Factor 1: Compañía	Factor 2: Duración	Factor 3: Lugar	Factor 4: Momento	Factor 5: Tiempo meteorológico	Factor 6: Lugar de hospedaje
Yo solo	Un día	La playa	En verano	Con sol	El coche
Con mi pareja	Varios días	El campo	Después de verano	Con lluvia	Un hotel
Con mis hijos	Una semana	La montaña	En navidades	Con nieve	Un motel
Con mi familia	Varias semanas	El río	En un puente	Con granizo	Una pensión
Con mis hermanos	Un mes	Un parque de atracciones	En un festivo	Con viento	Una tienda de campaña
Con mis amigos	Varios meses	El extranjero	En horario de trabajo	Con tormenta	Al aire libre

Técnicas para generar nuevas ideas

SEIS SOMBREROS DEL PENSAMIENTO

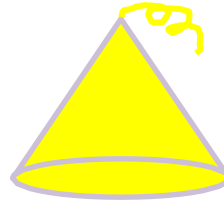
- Se utiliza el concepto de sombrero para focalizar el pensamiento de un grupo de personas en ciertas implicaciones del problema.
- Cada sombrero lleva un color distinto y todas las personas utilizan el color del sombrero al mismo tiempo.
- Cada color significa un foco principal distinto.

Técnicas para generar nuevas ideas

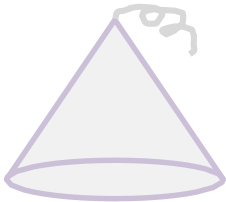
SEIS SOMBREROS DEL PENSAMIENTO



Cautela, barreras,
dificultades.



Beneficios, facilidades,
apoyo.



Recolectar información,
que información falta.



Sentimientos, reacción



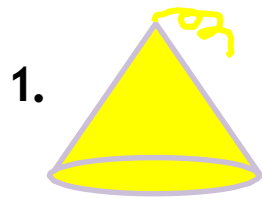
Creatividad, elaboración
de ideas.



Manejar el pensamiento,
próximos pasos, asignar
responsabilidades.

Técnicas para generar nuevas ideas

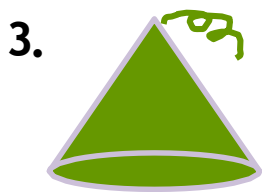
SEIS SOMBREROS DEL PENSAMIENTO. (Orden para Implementación de una idea)



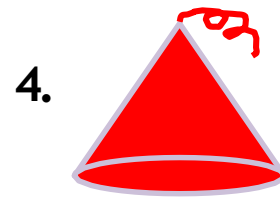
Identifica los beneficios de la idea.



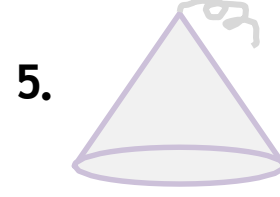
Identifica las barreras para la implementación



Genera ideas para superar las barreras. Mejora la idea principal



Analiza como reaccionará el entorno con la idea

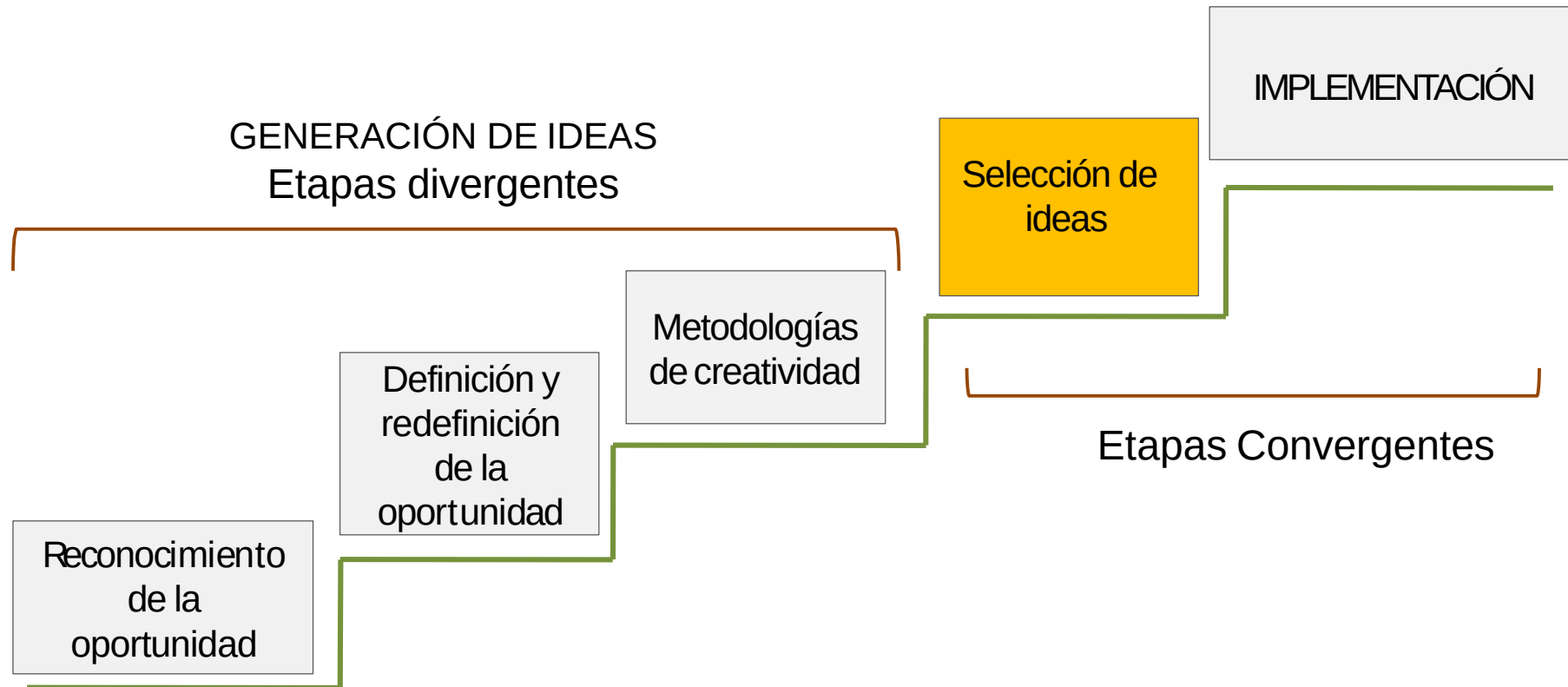


Identifica que información tenemos y cual nos hace falta



Define los próximos pasos a seguir y asigna los responsables

Etapas del proceso innovador



Buenas o
malas
ideas?



Deportes?
Alimento?

Nutrición?

Instant Aid
PODER EN POLVO

LA MEDIDA EXACTA
Por la compra de **5** sobres lleva **GRATIS** un recipiente con la medida exacta para tomar tu bebida energética!

BEBIDA HIDRATANTE SOLO AÑADE AGUA

Orange Storm, Fruit Rocket, Berry Blast

Instant Aid
PODER EN POLVO

BEBIDA HIDRATANTE SOLO AÑADE AGUA

Orange Storm, Fruit Rocket, Berry Blast

Buenas o
malas
ideas?

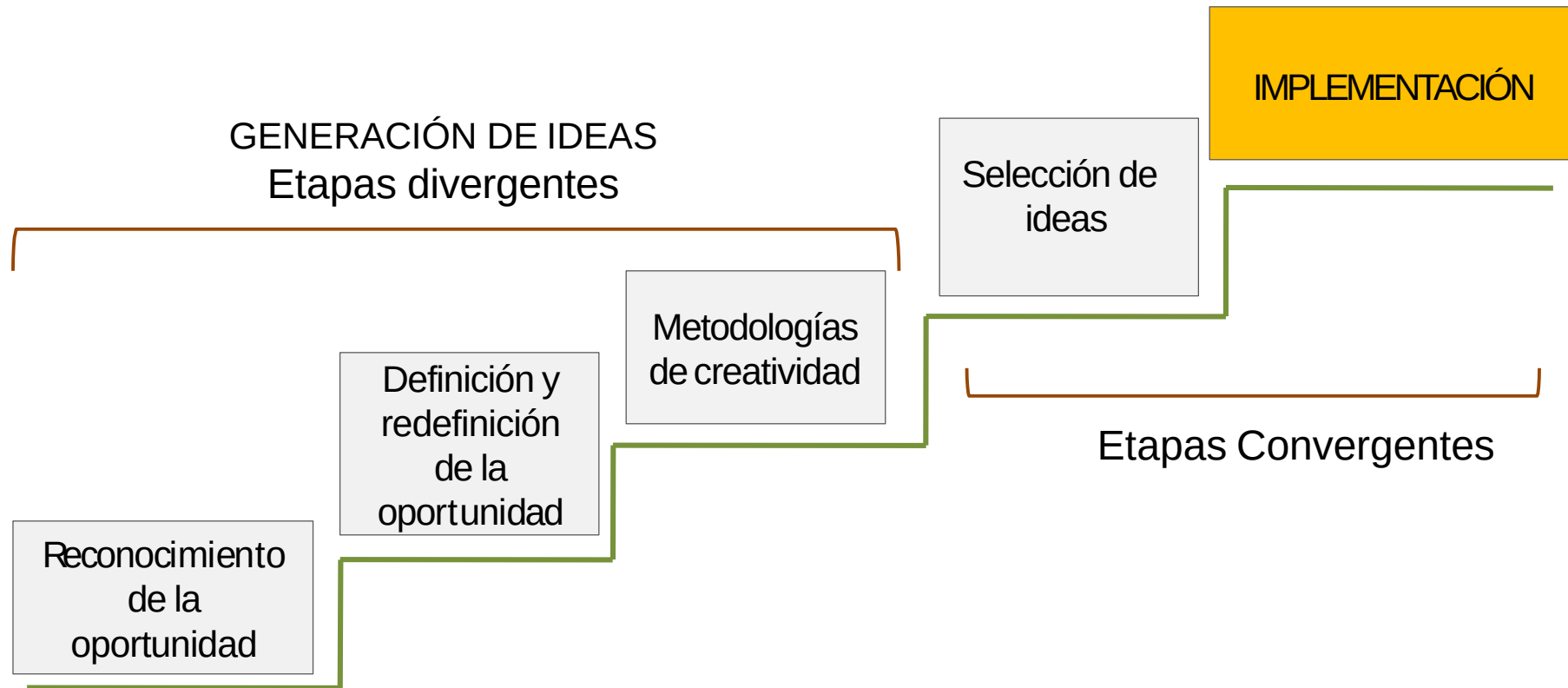
Instant Aid
PODER EN POLVO

BEBIDA HIDRATANTE SOLO AÑADE AGUA

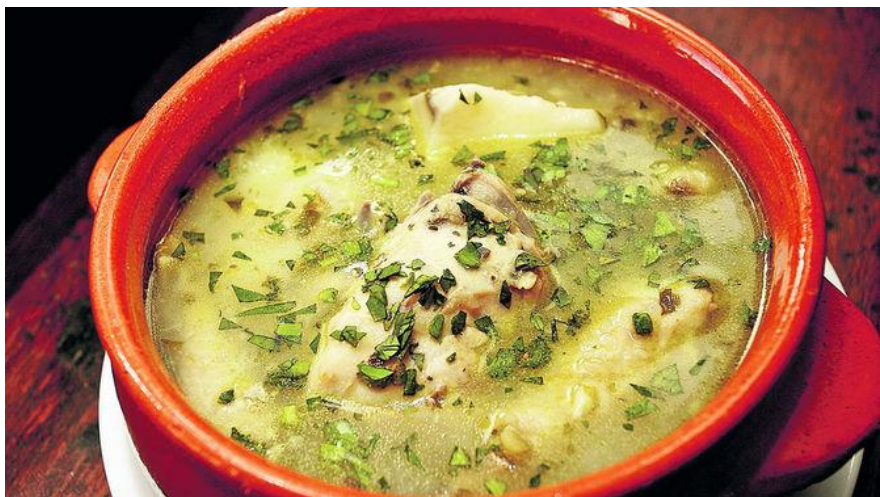
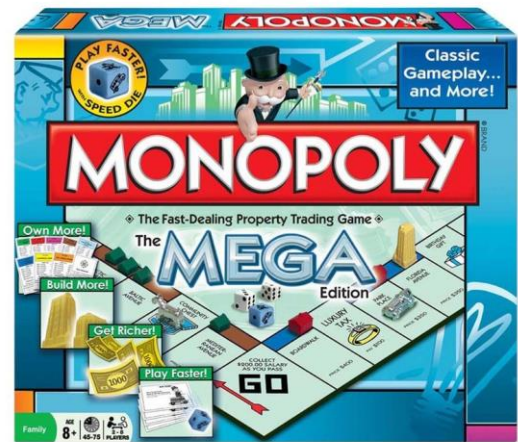
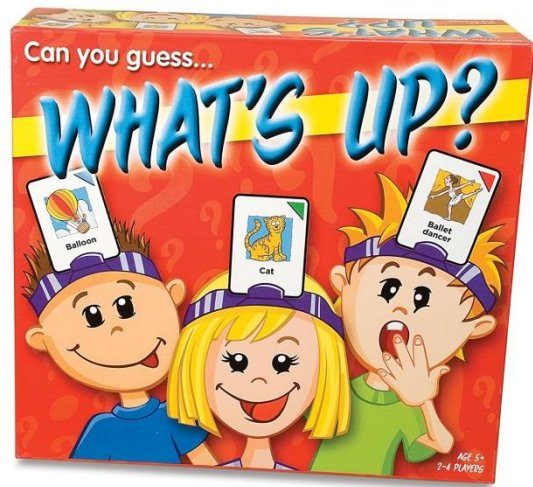
Instant Aid
PODER EN POLVO

BEBIDA HIDRATANTE SOLO AÑADE AGUA

Etapas del proceso innovador







FIN



Un blog de marketing