

¿Qué es?

Las pasiones definen cómo es el consumidor

Investigamos las pasiones y los fenómenos que se producen entre los adultos de entre 25 y 60 años de Madrid y Barcelona y que van más allá del ocio.

Un cambio de enfoque: del consumidor al CIUDADANO, estudiando sus valores y motivaciones para obtener la **EMPATÍA** que el consumidor ha dejado de sentir hacia las marcas.

- 1 Una radiografía completa de las pasiones.
- 2 La **constelación de marcas** a las que se asocia cada pasión.
- 3 Los **lugares y canales** de comunicación en los que se encuentran
- 4 La **interrelación** de las diferentes pasiones.

ALGUNOS RESULTADOS INTERESANTES...

- La pasión "Mascotas" hace un uso muy intensivo de Facebook: una de cada tres mascotas tiene perfil en Facebook, Twitter o Youtube.
- Zara, Mercadona y Samsung son los líderes en sus respectivas categorías, sin importar la pasión de que se trate.
- Los medios más consumidos por los "Heavys" son La Sexta y Cuore.
- Los "Frikis" son de los que tienen menos dinero, pero al mismo tiempo, son de los que más gastan. Más del 50% tiene cuenta en Twitter.
- Para los apasionados del Motor, la crisis es una gran oportunidad para depurar a aquellos "falsos" aficionados, que sólo lo son cuando la situación es favorable



El 80% de las marcas creen ofrecer una experiencia superior:

Solo el 8% de sus consumidores así lo perciben.

Sólo el 20% de las marcas tiene un impacto positivo en el consumidor:

A éstos no les importaría que desaparecieran el 70% de las marcas.

¿Cómo se ha hecho?

TIEMPOS Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

DESK RESEARCH

ESTUDIO CUANTITATIVO
1.605 entrevistas on-line
estructuradas y con apoyo gráfico

ESTUDIO CUALITATIVO
20 entrevistas etnográficas a
representantes de las pasiones

FUZZYFICACIÓN
Técnica que permite encontrar relaciones
entre subculturas a través de sus valores

¿Quién participa?



ESADECREAPOLIS

ESADE

hamiltonintelligence

Salvetti & Llobart



¿Para qué sirve?

Buscamos crear de vínculos con el consumidor

BÁSICO

- Obtén una **visión general**, de las pasiones urbanas de Barcelona y Madrid y su relación con diferentes categorías:
 - Alimentación, bebidas, medios, ocio, etc.
- Obtén el **detalle emocional** y el ciclo de la vida de las pasiones
- Entiende qué relación tienes con las pasiones y **diseña mejores acciones de Marketing**.

COMPLETO

- Además de lo anterior, obtén una **visión detallada y pormenorizada**, incluyendo hábitos de consumo, preferencias entre marcas, etc.
- Las **tablas** con los datos de las 1600 encuestas, para trabajarlas tu mismo y hacer los cruces que quieras.
- Los **videos** de las entrevistas te permitirán obtener insights de primera mano.
- Las **recomendaciones estratégicas** te permitirán desarrollar tu propia estrategia para:
 - Relacionarte con las pasiones
 - Nuevas estrategias y **optimizar tu comunicación**

COMPLETO + TALLER DE ADAPTACIÓN

- Además de lo anterior, el taller servirá para **adaptar los resultados a tu propia empresa**, contando con el conocimiento generado por los partners líderes del proyecto.



22 segmentos diferentes en función de sus pasiones

Las marcas se encuentran con la oportunidad de formar parte de estas pasiones para generar empatía con el consumidor y como consecuencia reforzar su imagen de marca.

Si la marca es capaz de acompañar al consumidor durante su trayectoria en la pasión, creará un vínculo emocional muy fuerte.

Formas de acceso

Existen tres formas de acceder a los contenidos del estudio

BÁSICO

- Acceso al informe agrupado:
- Introducción
 - Resumen del desk research
 - Fichas cuantitativas de las pasiones
 - El ADN de las pasiones
 - Fichas cualitativas de las pasiones
 - Fuzzyficación

1.990€

COMPLETO

- Acceso al informe agrupado.
Acceso a los informes detallados y material complementario:
- Desk research completo
 - Informe cuantitativo detallado
 - Informe cualitativo completo
 - El futuro de las pasiones
 - Recomendaciones estratégicas
 - Tablas de datos y videos cualitativos

3.990€

COMPLETO + TALLER DE ADAPTACIÓN

- Acceso a los contenidos del pack completo.
Taller de adaptación estratégica en la compañía.
- Con los partners líderes del proyecto

10.000€