



La búsqueda de la simplificación

LA
BÚS
QUE
DA
DE LA
SIMPLIFICACIÓN

■ ● SIMPLIFICAR

SHOP

☒ ☒ ☒

809107

IGNISVIEW
N°88 :-)

www.ignis-arg.com

IGNIS
MEDIOS & COMUNICACION

LA SIMPLIFICACIÓN COMO TENDENCIA

En esta oportunidad se indaga sobre una tendencia creciente entre los consumidores: la simplificación.

Según un análisis realizado por la Universidad de Harvard, los consumidores al encontrarse sobrecargados de información, buscan cada vez más simplificar el proceso de elección, búsqueda y acceso a bienes y servicios.

Los consumidores buscan cada vez más sacar un mayor provecho del tiempo y dinero y la tecnología es una de los medios que se usan para este fin, pero también está desde el lado de las marcas que buscan entrar en colaboración con otras marcas para dar un mayor beneficio.

Algunas marcas actualmente están implementando mejoras en el proceso de compra para que sus consumidores puedan simplificar el proceso de acercarse a ellas.

LAS MARCAS y LA BUSQUEDA DE LA SIMPLIFICACIÓN

Debido a la sobrecarga de información que sufren los consumidores se imponen una búsqueda de simplificación en el proceso de decisión.

Según ésta investigación, los consumidores realizan compras predefinidas sin evaluar otros productos que sean quizás mejores que el producto preseleccionado antes de entrar al punto de venta.

Entonces, ¿qué pueden hacer las marcas?

Simplificar el proceso de compra a través de mejoras en:

- 1. El packaging**
- 2. La experiencia de compra**
- 3. La presencia en el punto de venta**

Mejoras en el Packaging: Menos es mas

Evitar la saturación de marcas a través de las mejoras en los empaques, puede ser una apuesta positiva e inteligente para simplificar el proceso de selección de los consumidores.

Existen dos posibles estrategias que algunas marcas están utilizando actualmente apostando al valor y la historia de la marca:

Simplificar el empaque
Eliminar los contenidos accesorios a la marca/logo



De-branding
Eliminar la marca/logo



Mejorar la experiencia de compra

Otra estrategia para simplificar la experiencia de compra es implementar innovaciones que mejoren la experiencia de acercarse a las marcas: selección de los consumidores.

Existen dos posibles estrategias que algunas marcas están utilizando actualmente apostando al valor y la historia de la marca:



Mejorar en el punto de venta: potenciales mejoras

Como señalamos, los consumidores se encuentran aturcidos por la cantidad de información en el punto de venta, por lo que al momento de elegir, lo hacen principalmente preseleccionando el producto antes de entrar al punto de venta. Algunas estrategias que se pueden utilizar para activar la percepción en el punto de venta, incluyen:

- Hacer eficiente el desplazamiento por la tienda mejorando la inversión en tiempo
 - Lograr una excelente exhibición para que los productos estén visibles
 - Poseer disponibilidad de productos
 - Hacer promociones conocidas por el consumidor antes de entrar al comercio
 - Generar experiencias de compra placenteras
- Fuente: AAM - José Amodei, Director de Trade MKT de CCR

Resumiendo

La búsqueda de la simplificación es una tendencia actual que se observa en diversos ámbitos, no sólo en relación a las marcas.

Sin embargo, actualmente los consumidores son cada vez más exigentes, estableciendo una relación emocional con las marcas y cada vez poseen expectativas más elevadas para las mismas.

A su vez, en la actualidad los consumidores se encuentran aturcidos por toda la información disponible, razón por la cual, cada vez más eligen una marca antes de entrar a los puntos de venta, sin percibir que quizás su elección no sea la mejor. Por esa razón, las marcas deben generar mejoras a la hora de comunicarse con los consumidores. En esta investigación hemos señalado tres posibles mejoras para

acercarse a los consumidores:

- Mejoras en los packs, más simples, concisos y apoyados en la historia y poder de la marca.
- Mejoras en la experiencia de compra, haciendo que el consumidor tenga una experiencia más integral.
- Mejoras en el punto de venta, que permitan activar la percepción de los consumidores.

Haciendo click en el siguiente botón se podrá descargar el informe completo

Descargas