

# MicroTest™ Nouveau

Hace treinta años, cuando se desarrollaron los primeros sistemas globales de pronósticos de ventas, el consumidor tomaba su decisión en un contexto de medios masivos, no existía el Internet y había mucho menos opciones de canales y formatos de tiendas...

En estos tiempos de medios fragmentados, de marketing viral y de proliferación de nuevas alternativas, el enfoque “macro” para realizar pronósticos de ventas se ha vuelto obsoleto. El proceso de toma de decisiones en el mundo moderno exige un profundo conocimiento del comportamiento del consumidor para poder construir el modelo persona por persona, ocasión de compra por ocasión de compra.

## Nuestra Solución

MicroTest™ Nouveau funciona de manera muy distinta a cualquier otro modelo de pronóstico de ventas. Esta versión mejorada de MicroTest™, una de las pruebas de mercado simulado líderes del mundo – se adecua mejor al entorno del consumidor actual y genera pronósticos de volumen más precisos.

MicroTest™ Nouveau también proporciona robustos diagnósticos confrontados contra nuestra base de datos global de más de 40,000 registros.

El contexto de la comunicación moderna ha cambiado, ya nada es como era hace 20 años.

Hoy en día es más probable que los consumidores comuniquen entre sí sus opiniones acerca de los productos, los consumidores poseen patrones de uso de medios más fragmentados y realizan sus compras en un contexto de opciones de canales mucho más diverso que antes. Aquellos días de un mensaje masivo y único sobre un nuevo producto, se han ido.

Nuestra base de datos de monitoreo de lanzamientos demuestra que aquellos consumidores que escuchan de la existencia de un nuevo producto por un amigo o familiar, tienen el doble de probabilidad de comprarlo que aquéllos que se enteran por otros medios. Para un cálculo preciso del potencial de una nueva idea, es necesario entender la manera como el consumidor percibe la idea, lo que opina y siente respecto de ella, lo que podría decirle a los demás de la misma, así como los elementos del mensaje de marketing que podrían ejercer alguna influencia sobre ello.

Nuestra base de datos demuestra también que el factor de mayor influencia en el potencial de un nuevo producto, es la “emoción” que éste provoca al consumidor. El impacto emocional que un producto nuevo genera incrementa la probabilidad de que la gente lo pruebe y hace también que lo miren como algo diferente, provocando que la gente hable más de él y disparando las probabilidades de éxito a largo plazo. La clave es desarrollar nuevos productos que hagan decir “Wow!” a los consumidores.

## ¿Por qué TNS Research International?

TNS Research International ofrece su experiencia de varias décadas de trabajo en STMs y el involucramiento de equipos de expertos de todo el mundo. Lo que hace poderoso a MicroTest™ Nouveau es que es un verdadero micro-modelo capaz de analizar el comportamiento de cada uno de los consumidores en lugar de sólo agregar los resultados. No sólo podemos predecir lo que pasará, sino también aquellos factores que podrían cambiar las mentes de los consumidores, ya sea positiva o negativamente, y las razones de dicho cambio.

Este micro-modelo nos permite medir el impacto de casi cualquier variable de marketing incluyendo la actividad de la competencia a un nivel de probabilidad de compra de cada individuo.

En MicroTest™ Nouveau, dichas variables se aplican a nivel individual para ajustar la probabilidad de compra ya sea de manera ascendente o descendente. Ello nos permite medir el impacto de muchas más variables y con ello hacer un ajuste más preciso optimizando los planes de marketing.

MicroTest™ Nouveau es más exacto porque está calibrado con información de panel, garantizando que los resultados arrojados reflejan la realidad y eliminando la necesidad de utilizar datos normativos para ajustar las respuestas de los entrevistados.

## El Resultado

MicroTest™ Nouveau le ayudará a maximizar las probabilidades del éxito de su lanzamiento porque es más relevante, más exacto y proporciona un mayor diagnóstico que otros modelos.

Le proporcionamos pronósticos precisos de ventas y resultados realistas equivalentes a datos de panel, junto con recomendaciones de marketing para su estrategia de lanzamiento.

El resultado es la guía más certera para saber si debe lanzar su producto, y cómo debe hacerlo.