
VALOR DE LA MARCA

Por María Fernanda Barboza Porras



¿SI TE PREGUNTÁRAN CÚAL LECHE QUIERES, CÚAL DE ESTAS DOS MARCAS PREFERIRÍAS?



En nuestra mayoría sin pensarlo, diríamos Dos Pinos, sin talvez considerar que la leche coronado, tiene mejor sabor y puede tener mayores beneficios. ¿Por qué pasa esto?

¿Es importante posicionar nuestra marca?

Desde el mercadeo tradicional el posicionamiento de la marca ha sido un tema muy sonado, el cual todos quieren determinar cual es el mejor camino para poder posicionar nuestra marca de forma tal que cree familiaridad con el consumidor para que así se cree un vínculo.

Algunos métodos que podemos utilizar para determinar si nuestra marca esta creando el impacto que queremos pueden ser los siguientes:

- Entrevistas personales: Puedes determinar una cantidad de entrevistados los cuales nos brinden información de como perciben nuestra marca.
- Encuestas en linea: Realizar encuestas en linea, son una forma super fácil de obtener información, es ideal para ahorrar costos.
- Focus group. Es un método muy utilizado, donde podemos agrupar personas con mismos rasgos para poder realizarle ciertas preguntas, y así determinar que tanto valoran nuestra marca.

Estos métodos han sido utilizados por muchos años y han dado grandes resultados no obstante mucha de la información que podemos obtener puede ser no veras, ya que las personas pueden estar viéndose afectadas por muchos factores.

Ahora bien, existen métodos científicos que gracias al neuromarketing, podemos detectar exactamente que esta percibiendo nuestro consumidor cuando ve o consume nuestra marca, para esto podemos utilizar:

- Encefalograma: Es un método que detecta los cambios del cerebro cuando el consumidor esta expuesto a nuestro producto.
- Eye Tracking: Con esta tecnología podemos determinar donde dirige su mirada el consumidor a la hora de realizar una compra y adicional a esto lo podemos unir con la tecnología de encefalograma y tener información valiosa

¿Las metodologías son excluyentes?

Es un rotundo no, al contrario existen grandes beneficios si logramos unir ambas metodologías, ya que con la tradicional podemos hacer preguntas concretas que el método científico no nos van a decir. Por ejemplo: ¿Suele comprar la leche en supermercado o bien, se la compra a una persona que realiza venta a domicilio?. Son datos super importante que la ciencia no nos puede dar.

¿Es Dos Pinos una marca posicionada?



Es una marca con gran trayectoria que ha posicionado sus productos como primera opción sin dudar en la mente de muchos compradores.

Han trabajado en darle un valor a su marca desde creando la vaca lula, hasta sonidos en sus pautas que podemos asociar sin tener que ver el anuncio publicitario.

Es importante darle un valor a la marca, ya que nos puede generar muchísimas compras únicamente por esta asociación implícita que tenemos en el subconsciente