



ACTITUD D. HÁBITOS



Metodología que identifica los hábitos, cultura, actitudes, necesidades y procesos de compra para categorías, marcas, productos, empaques, momentos de consumo de los consumidores con el fin de encontrar oportunidades de mercado.

Respondiendo...

¿Cómo está el entorno en México? ¿Cuál es el sentir de los mexicanos?

¿Cuáles son las oportunidades para la marca en el mercado?



*¿Quiénes son los consumidores?
¿Cuáles son sus características?*

¿Cuáles son las necesidades y demandas del consumidor actual?

*¿Cuáles son los motivadores de compra?,
¿En qué lugares suele realizar la compra?*

¿Cuáles son las alternativas de marca para la decisión de compra?

