

En un contexto cada vez más cambiante y en expansión, las empresas necesitan dimensionar y entender las nuevas lógicas de sus clientes / consumidores. **Synergia**, responde con el diseño de estudios a medida que se enfocan en el **análisis de los comportamientos, actitudes, y valoración** que arman los individuos o empresas.

## ESTUDIOS

### ■ TEST DE PRODUCTO

Analiza conductas y percepciones antes y después de la utilización de los mismos.

### ■ TEST DE CONCEPTO

Analiza conductas y percepciones antes y después de su conocimiento – experiencia

### ■ HÁBITOS Y ACTITUDES

Frecuencia de compra, fortalezas y debilidades, migración de productos, niveles de recordación de marca y publicitaria.

### ■ ESTUDIO SHOPPER

Visión desde la perspectiva del comprador. La información se obtiene de la observación antropológica, acompañado de observaciones fílmicas y encuestas.

### ■ BRAND TRACKING

Posicionamiento, Vida, Valores, Aspiracionales, Fortalezas y Debilidades.

### ■ MARKET SHARE

Medición de la penetración en el mercado. Tendencias de comportamiento, a corto y mediano plazo.

### ■ CADENA COMERCIAL

Se pretende auditar las modalidades de adquisición de producto, la calidad de servicio de todos los componentes de la logística comercial.

### ■ PERFIL DE CONSUMIDORES / SEGMENTACIÓN

Estudio en profundidad del perfil del consumidor, armando una tipificación promedio del comportamiento psico-actitudinal.

### ■ CENSOS Y MICROCENSOS

Relevamiento integral de puntos de venta. La operatoria se estructura sobre plataformas electrónicas.