

KANTAR

Dating with packaging: a spin off for growth

Felipe Ramirez
Septiembre 2020



La meta es crecer.



Vender a más clientes y a los mismos clientes,
ocupando mayor parte de su presupuesto



Vender bien, o sea que nos quede
resultados muy positivos en el P&L

1. Es clave entender los cambios de las necesidades



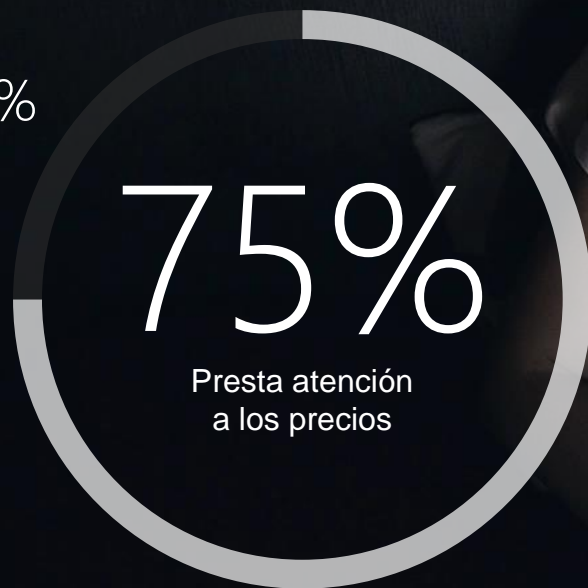
T2B de acuerdo



T2B de acuerdo

Se espera un periodo prolongado de conciencia del valor

25%



■ Igual o menos ■ Más

42%



■ Igual o menos ■ Más

Hemos detectado algunas tendencias que están afectando lo que buscan las personas a la hora de elegir que comprar y consumir.



Disrupción Digital



Protección



Bienestar



1

TAKE AWAY

Pon a tu ser amado
(y sus complejidades)
en el corazón de
tu estrategia

2. Entregar bien. Lo podemos traspasar al mundo del eCommerce.

“He aumentado las compras a través del comercio electrónico en comparación con el mes pasado”



“Mis futuras compras en línea aumentarán”

Nuevos comportamientos, nuevas necesidades... Pero nuevas frustraciones

Las compras en línea me parecen complicadas / difíciles

Avarage Latam

2.31

2.2 Colombia



DIFICIL

FACIL

Las compras en línea ofrecen una experiencia más positivas que comprar en la tienda física

Avarage Latam

3.40

3.34 Colombia



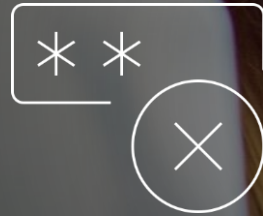
NEGATIVA

POSITIVA

Todos hemos escuchados comentarios de conocidos del tipo:



Ya tenía mi compra, y falló y me borró todo



No me gusta registrarme en tantas páginas, me olvido luego de mi usuario y contraseña



Me tardó mucho el pedido en llegar, o llegó incompleto, o llegó maltratado



Me robaron – no me llegó nada de lo que pedí



2

TAKE AWAY

El amor y fidelidad fluye mucho mejor cuando se alinea a lo que buscas. Big Bang = Cuando se empata lo que te entregan con lo que deseas

3. Construcción de Momentum para crecer sus ventas ahora y a futuro



Exposición:

Nuestros estudios muestran que...



Entregan...



Activación:



Experiencia:





3

TAKE AWAY

Cuida muy bien
cómo te ves, cómo
te comportas y
qué inspiras para
ser amado

4. Colocar nuevos SKU o cambiar el diseño de los empaques o sus funcionalidades es una vía, para traer crecimiento.



Lala

Crema en squeeze, para facilitar la ocasión de consumo de topping



Diageo

Botella a base de papel 100% libre de plástico

Podemos pensar también en las innovaciones basadas en aprovechar la tecnología



iFood
Drone de entrega



Rappi
Robot de entrega

Innovaciones en el modelo de negocio



Algramo, en Chile, es otro excelente ejemplo





4

TAKE AWAY

Ojo con la rutina,
reinvéntate e invierte
en tu WOW factor.
No todo está escrito en
piedra.

RESUMIENDO ESTA HISTORIA DE AMOR

1

Pon a tu ser amado
al centro

2

Amor y Fidelidad
se da cuando esta
todo alineado

3

Cuida muy bien de
cómo te ves, cómo
te comportas y qué
inspiras

4

Ojo con la rutina

5. Creatividad | Interacción | Data

C

+

I

+


D

Creatividad

Interactividad

Data

DYNAMIC



"I think it's very important to have a feedback loop, where you're constantly thinking about what you've done and how could be doing it better."

Elon Musk