



Precios y Ofertas



- Alpha propone un modelo de evaluación del impacto de los cambios en los precios tanto en el volumen de ventas como en la participación de mercado de una categoría de productos. Para esto se realiza un ejercicio de conjoint analysis en el que se determina el peso del precio en la decisión de compra.

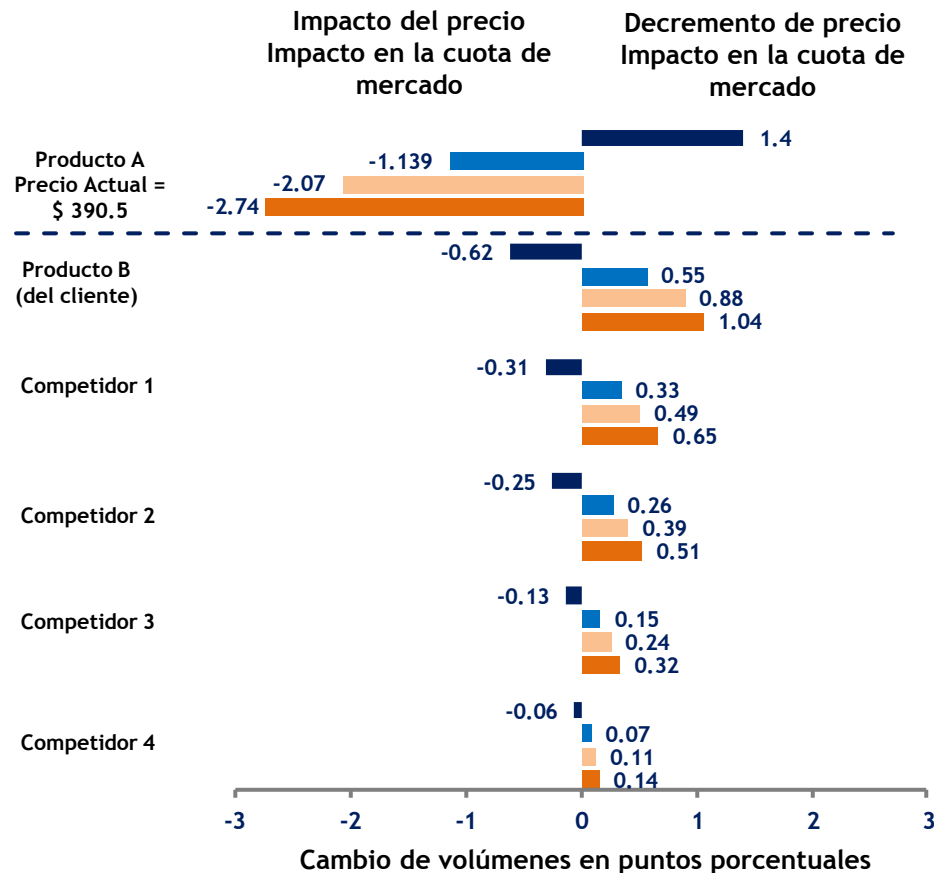
- Con los resultados del conjoint se introducen las características actuales de los productos del cliente y de sus competidores en un simulador que permite determinar los cambios en volúmenes de venta y participaciones de mercado ante cada escenario de precios



Ejemplo de Price Optimizer

- Escenario A: Precio -10%: \$351.5
- Escenario B: Precio +10%: \$429.6
- Escenario C: Precio +15%: \$448.8
- Escenario D: Precio +20%: \$468.6

En este ejemplo el cliente quería determinar el impacto de un cambio de precio en uno de sus productos sobre las participaciones de mercado de su producto, de otro producto sustituto que ofrecía el mismo cliente, y de los productos de los competidores.





- El Offer Optimizer se basa en el conjoint analysis, que es un modelo de decisión aplicado al análisis del impacto en las participaciones de mercado de productos y servicios ante cambios en los principales atributos de los mismos, como precio, tamaño, etc.

- Alpha Consulting aplica el modelo de Choice Based Conjoint Analysis, que permite simular diferentes situaciones de decisión en las que el encuestado tiene que elegir una de las opciones que se le presentan.
- Con los resultados del estudio se pueden simular cambios en los atributos de los productos y ver su impacto en las participaciones de mercado.

Ejemplo de tarjetas utilizadas en estudio de conjoint analysis.

| Opción 1 | Opción 2 |
|---|---|
|  |  |
| Kia Sportage 3 años de Garantía US\$ 28,000 | Hyundai Tucson 3 años de Garantía US\$ 32,000 |

Tarjeta 1

| Opción 1 | Opción 2 |
|---|---|
|  |  |
| Kia Sportage 6 años de Garantía US\$ 32,000 | Hyundai Tucson 6 años de Garantía US\$ 28,000 |

Tarjeta 2

| Opción 1 | Opción 2 |
|--|--|
|  |  |
| Hyundai Tucson 6 años de Garantía US\$ 30,000 | Kia Sportage 6 años de Garantía US\$ 30,000 |

Tarjeta 3

| Opción 1 | Opción 2 |
|--|--|
|  |  |
| Kia Sportage 6 años de Garantía US\$ 32,000 | Kia Sportage 3 años de Garantía US\$ 28,000 |

Tarjeta 4

En la creación de productos, servicios, posicionamiento de marcas, o servicio al cliente, es de vital importancia conocer los atributos que los clientes valoran más. Sin embargo las preguntas de ranking y valoración de atributos son poco efectivas para discriminar los temas realmente importantes del resto.

✓ MaxDiff (Maximum Difference Scaling) es una metodología que utiliza un modelo de decisión para determinar la importancia que los clientes le asignan a los atributos. El modelo permite un alto grado de discriminación entre las opciones.

✓ Aunque es una técnica estadística poderosa, la metodología es de fácil implementación, y se puede aplicar tanto en estudios cara acara, como online o telefónicos. Al cliente se le presentan diferentes combinaciones de los atributos testeados para que elijan el más y el menos importante en cada set de opciones.



- ✓ Otras aplicaciones de MaxDiff:
- Análisis de importancia de atributos por segmento.
 - Creación de segmentos por importancia de atributos.
 - Identificar combinaciones de atributos mejor valoradas.

