

¿Se viene una nueva lógica en el vínculo de los consumidores con las marcas?

PRESENTACION CHILESCOPIO 2012

MCOM

Magister en Comunicación Aplicada



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

1. Frente a las marcas: **LOS CONSUMIDORES LO QUIEREN TODO**

Un consumidor mas despierto, mas consciente
pero también mas ansioso

**VALORES
TRADICIONALES
Y HUMANOS**

+

**INNOVACION
DINAMISMO**

Cumplidora

Honesta

Saludable

Familiar

Cercana

Innovadora

Entretenida

Dinámica

Una ética más robusta

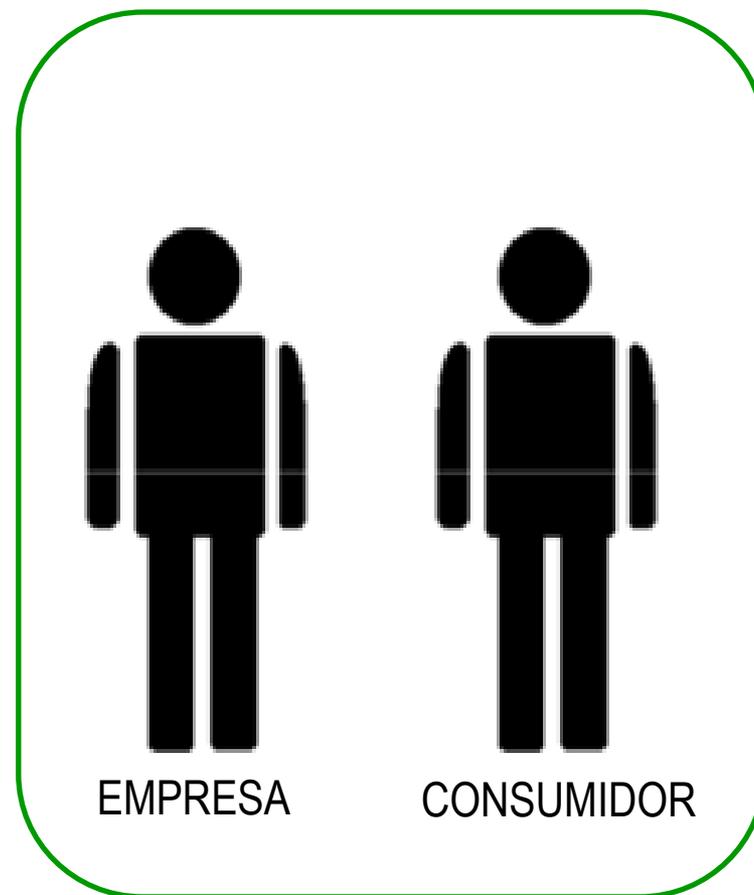
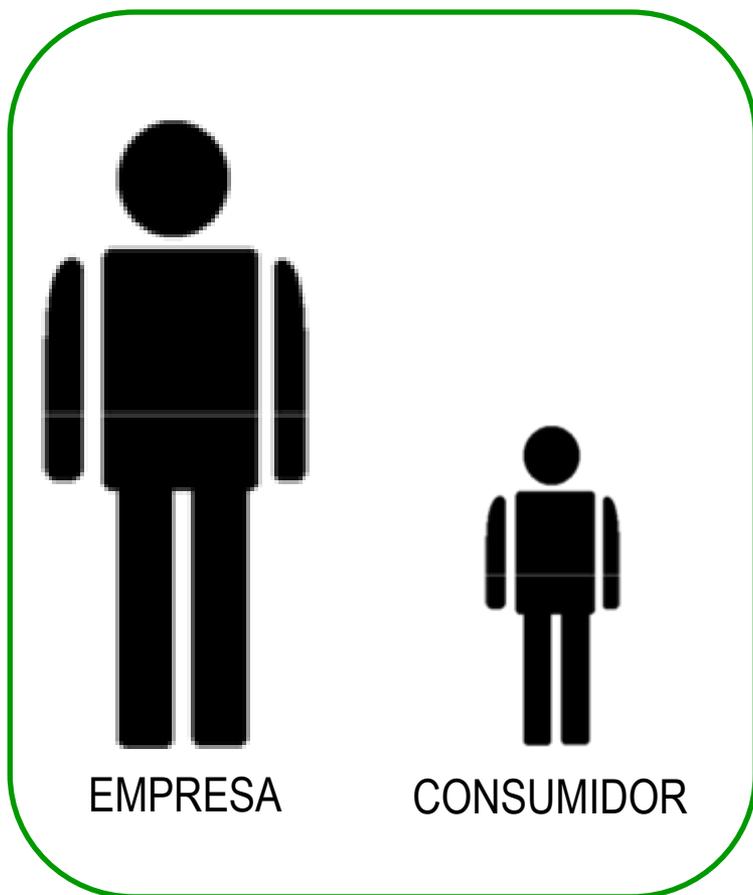
Transparencia

Confianza

Reciprocidad

NO a los abusos!!!

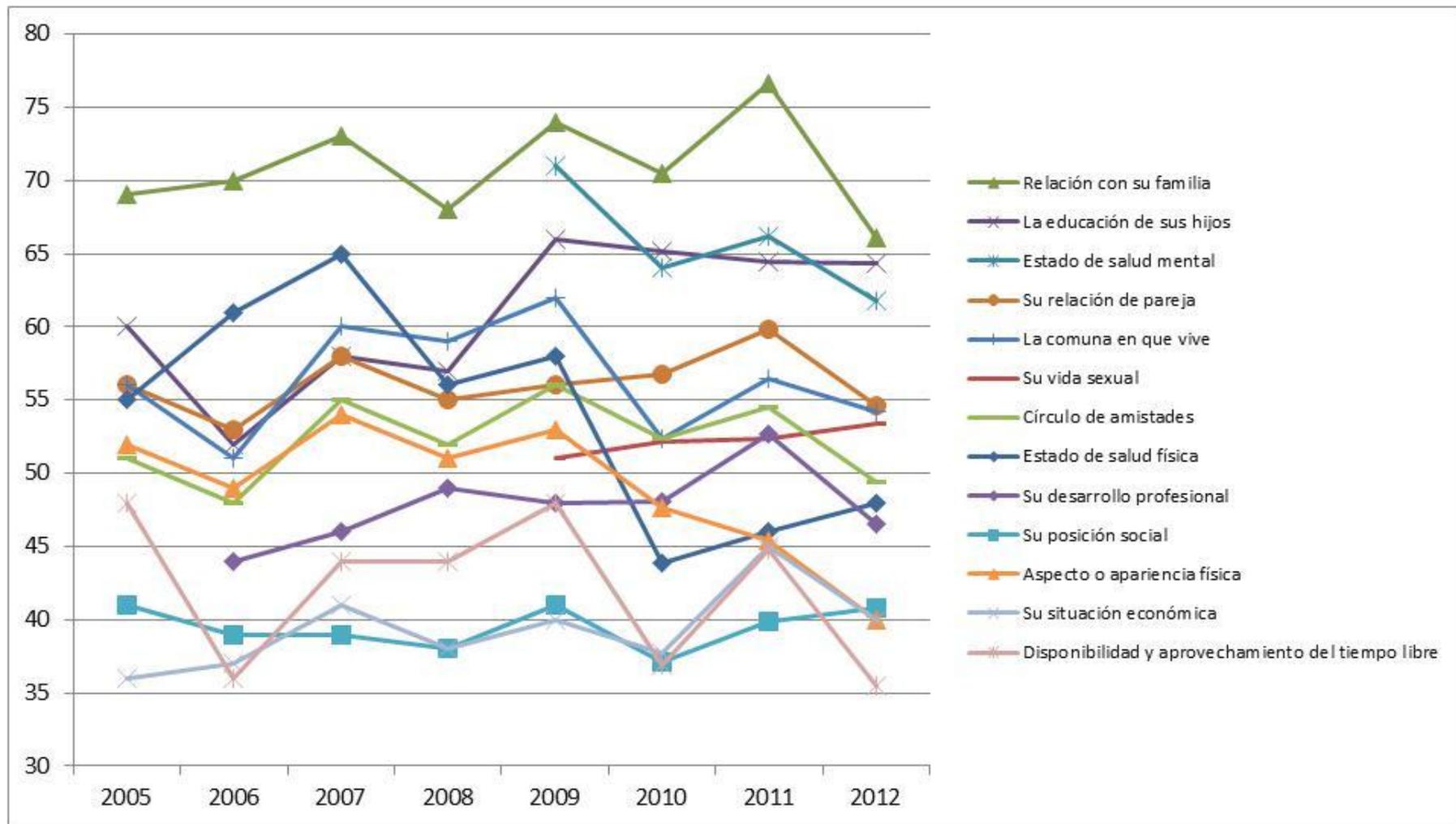
Horizontalización de relaciones



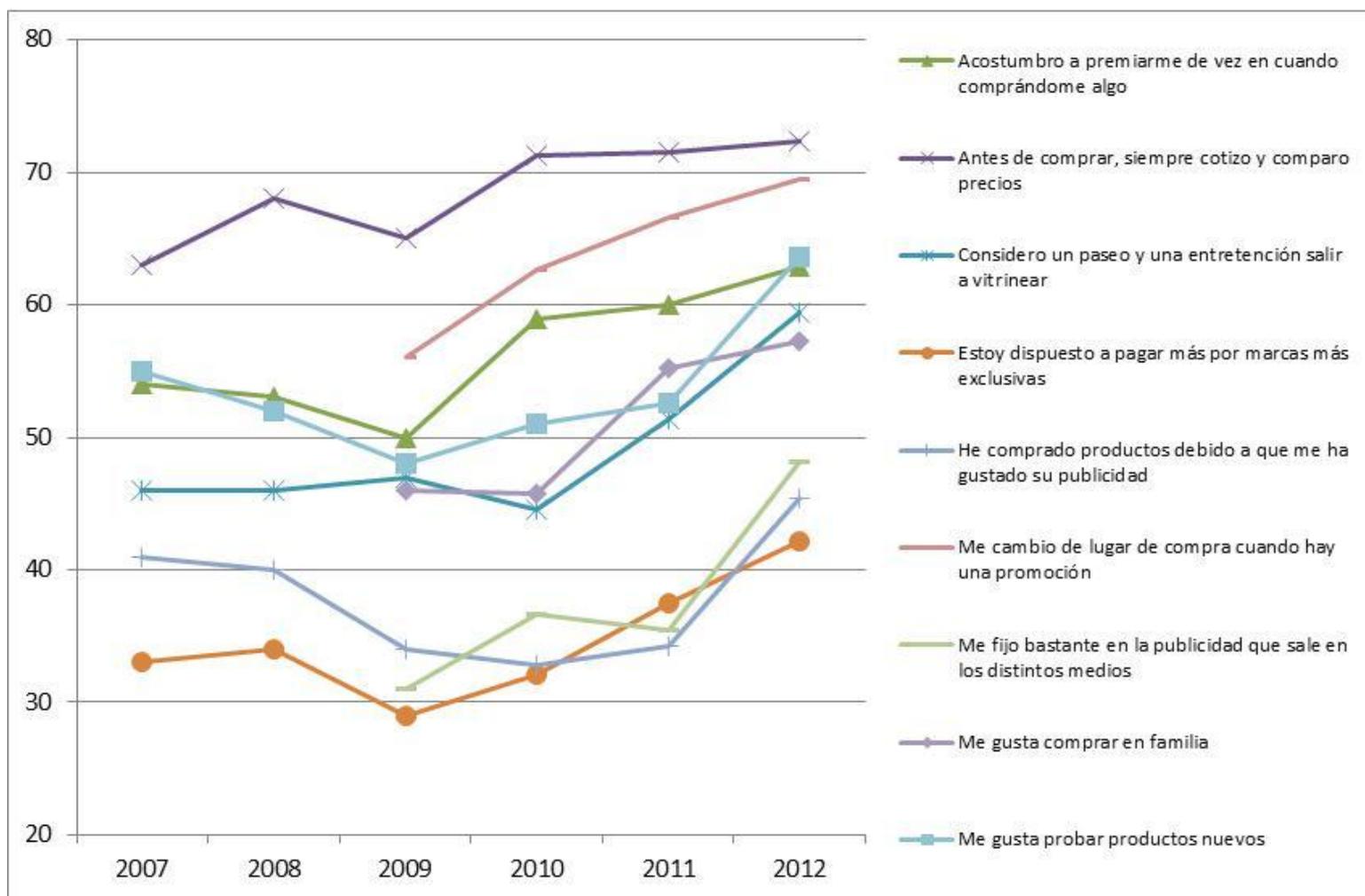
2. En un contexto de mayor insatisfacción, el consumo juega un rol compensatorio mas importante

El dinamismo volcado hacia el mundo del consumo

Evolución satisfacción en distintos ámbitos de la vida



Actitudes de compra



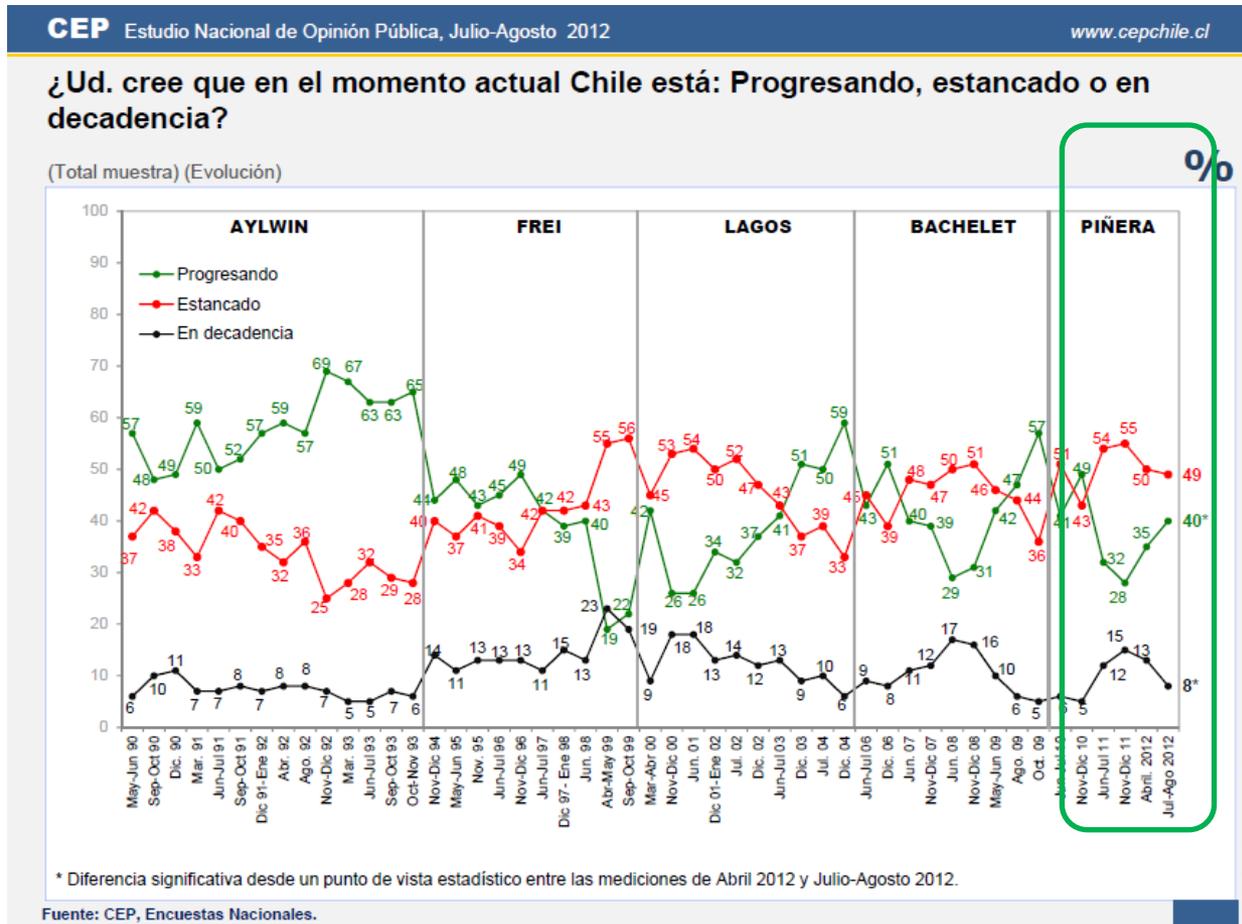
3. Ante este dinamismo asociado al consumo, hay un bien que aumenta su demanda y escasez: EL TIEMPO

Marcas asociadas al cuidado y el disfrute del tiempo de las personas tendrán mas valor

4. El fin de la mirada economicista de la sociedad

Y la necesidad de generar nuevos indicadores...

A pesar del dinamismo económico, la sensación general es de estancamiento.



¿Ud. piensa que en los próximos 12 meses la situación económica del país mejorará, no cambiará o empeorará?

	2010	2012	
Mejorará	40%	24%	
Se mantendrá igual	50%	60%	

¿Cuáles son los nuevos indicadores a incorporar?

¿Bienestar cotidiano (trabajo, familia)?

¿Felicidad?

¿Tiempo disponible?

¿Redes de confianza y apoyo?

En síntesis...



1. Frente a las marcas, los consumidores lo quieren todo: valores tradicionales + innovación.

2. En un contexto de mayor insatisfacción, el consumo juega un rol compensatorio mas importante.

3. En este dinamismo asociado al consumo, hay un bien que aumenta su demanda y escasez: EL TIEMPO

4. El fin de la mirada economicista de la sociedad y la demanda de nuevos indicadores.

gracias

