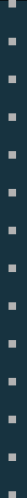




brochure de servicios profesionales

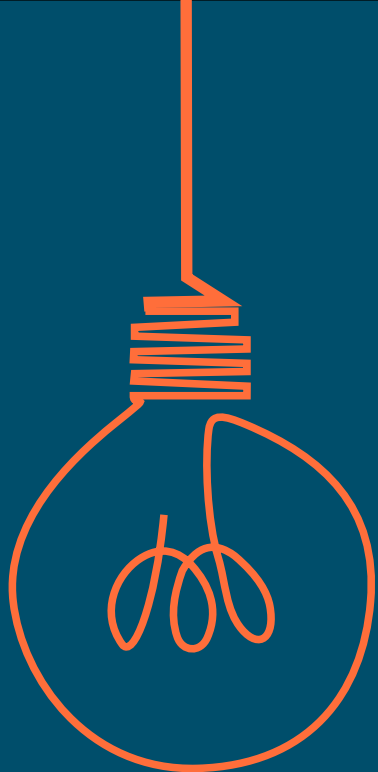
www.certeza.com.mx



Hay muchos emprendedores pero pocos se convertirán en empresarios

porque más que un buen producto el éxito requiere timing, conocimiento de las debilidades de la competencia, tácticas de acción y una visión hábil para coordinar los movimientos.





¿qué hacemos?

Acercamos consultoría en

**marketing, desarrollo de marca
e investigación cualitativa**

para que tu negocio escale al siguiente nivel, eso se llama

inteligencia de mercados

El objetivo es impulsar emprendimientos con oportunidad, para mantenerlos saludables y ayudarlos a escalar el siguiente nivel de crecimiento.

¿por qué hacer plan de marketing?

Porque el éxito de un emprendimiento no se puede improvisar, ni depender del azar o la intuición. Hay personas, dinero, energía e ilusiones en juego.

un plan de marketing registra:

una serie de recursos confiables de los que puedes disponer para entender mejor lo esencial de tu negocio; lo que sucede con él en función de tu público ideal y del ambiente competitivo para planificar, decidir y actuar en consecuencia.

Las empresas despegan cuando conocen con rigor a su cliente y satisfacen **necesidades y deseos** con una oferta de **valor real, duradero y diferente**



un **método** de
marketing
con amplitud
de miras

The infographic features a central circle with a light purple outer ring and a white inner circle containing the title. Five orange lines radiate from the circle to five teal-colored callout boxes, each containing a numbered step. The steps are arranged in a clockwise direction starting from the top.

Entender con rigor las
necesidades y deseos del consumidor.

01

Diseñar un concepto de negocio importante,
distintivo y redituable con productos, servicios
y experiencias que lleguen al consumidor por
canales adecuados y con una marca fuerte.

02

Comunicar la propuesta de valor mediante
los mensajes y los símbolos adecuados
a los públicos ideales y en los medios
adecuados con la frecuencia correcta.

03

Cuidar, mantener y aumentar la cartera
de clientes para lograr relaciones
redituables con ellos y evitar deserciones.

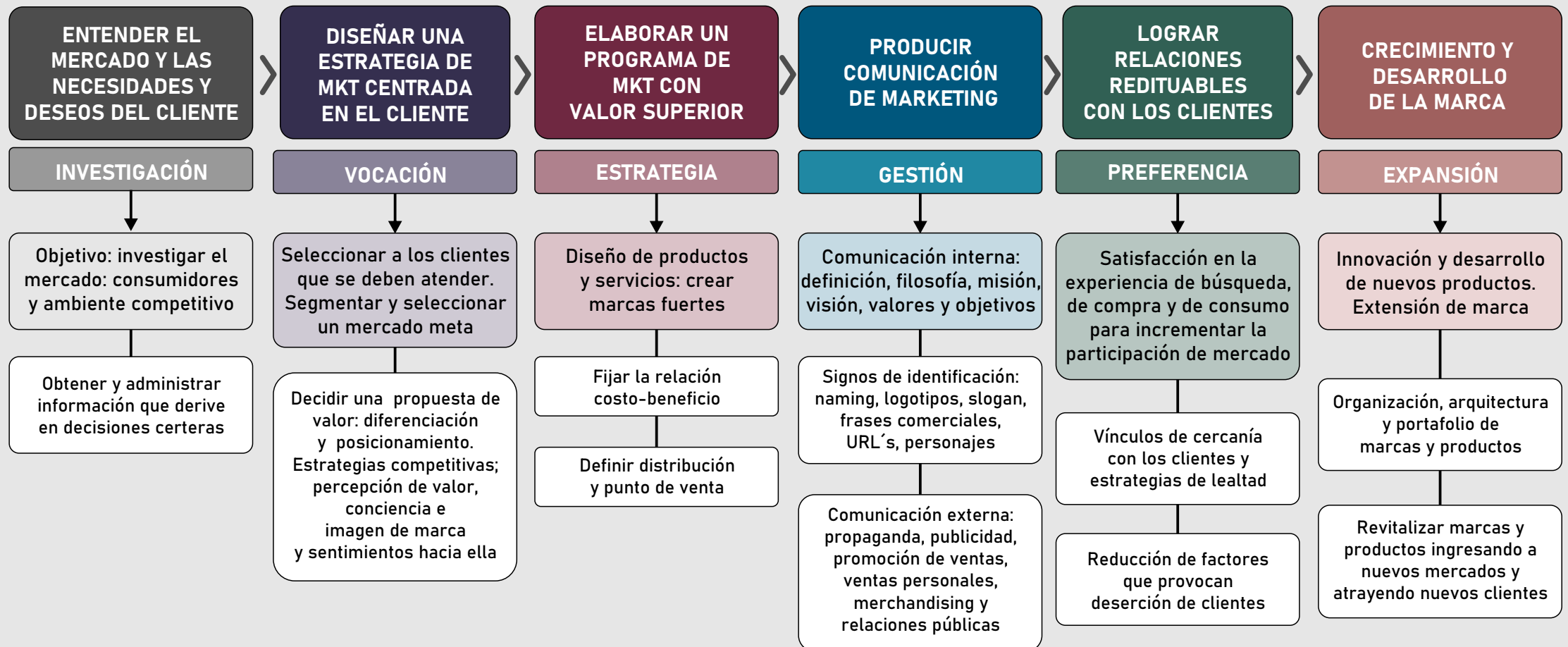
04

Considerar la expansión, crecimiento y
desarrollo de la empresa mediante
nuevas marcas, nuevos productos o
atendiendo a nuevos mercados.

05

nuestro proceso de trabajo

El éxito sigue un proceso claro, por ello, acompañamos a las empresas en todo el proceso o en las etapas necesarias porque **cuando una etapa falla todo el organismo resulta afectado.**



servicios de investigación

A stylized illustration of a winding road in dark blue, starting from the bottom left and curving towards the top right. At the end of the road, on a small hill, stands a single dark green tree. The background is a light gray gradient.

Hacer marketing es resolver las necesidades y deseos de la gente, por eso, **el mejor camino** es entender al consumidor...

...con información fresca y detallada de los clientes o los competidores y usarla para **crear una fórmula de beneficios** que les distinga de la competencia y además, resulte valioso para el cliente.

Usamos métodos semióticos y de neurociencias

para encontrar qué tipo de conductas, son resultado de la cultura del individuo; cuáles derivan de su clase social, o de sus rasgos demográficos como: género, edad, preferencia sexual, ocupación o estilo de vida
cuáles surgen desde sus creencias, sus valores, su personalidad y cuáles desde las fuentes de influencia como la familia, los amigos o las redes sociales.

Analizamos:

- * Opinión, imagen y percepción de marca
- * Cargas emocionales ligadas a la marca
- * Posicionamiento mental
- * Detonadores de compra y cómo activarlos
- * Estrategias de comunicación efectivas
- * Percepción de nuevos productos
- * Valoración costo-beneficio
- * Dinámicas de compra, de uso y de consumo

Técnicas de investigación

Etnografía

Examina la conducta del consumidor inter-actuando con el producto o con la empresa en tiempo real y en el entorno natural

Infiltrados

Observa la conducta del personal de la empresa mezclándose con él en sus rutinas de trabajo, en tiempo real y en el entorno natural.

mystery shopper

Advierte la calidad en el servicio que reciben los clientes, en tiempo real y en el entorno natural.

Entrevista de profundidad

Explora sobre la experiencia personal de perfiles expertos en un tema, con años de experiencia práctica o con el consumidor empedernido.

focus group

Obtiene información que se revela frente a la discusión entre un pequeño grupo homogéneo de personas. Discutir con la opinión del otro revela pensamientos y sentimientos.

bench marking interno

Analiza estándares, procesos y comportamientos internos de la organización, para determinar formas potenciales de mejorar la eficiencia interna.

bench marking del arquetipo

Analiza los procesos de las organizaciones reconocidas por ser representativas de las mejores prácticas a fin de transferir conocimientos que permiten a las empresas impulsarse y mejorar.

la investigación de mercados abre la puerta

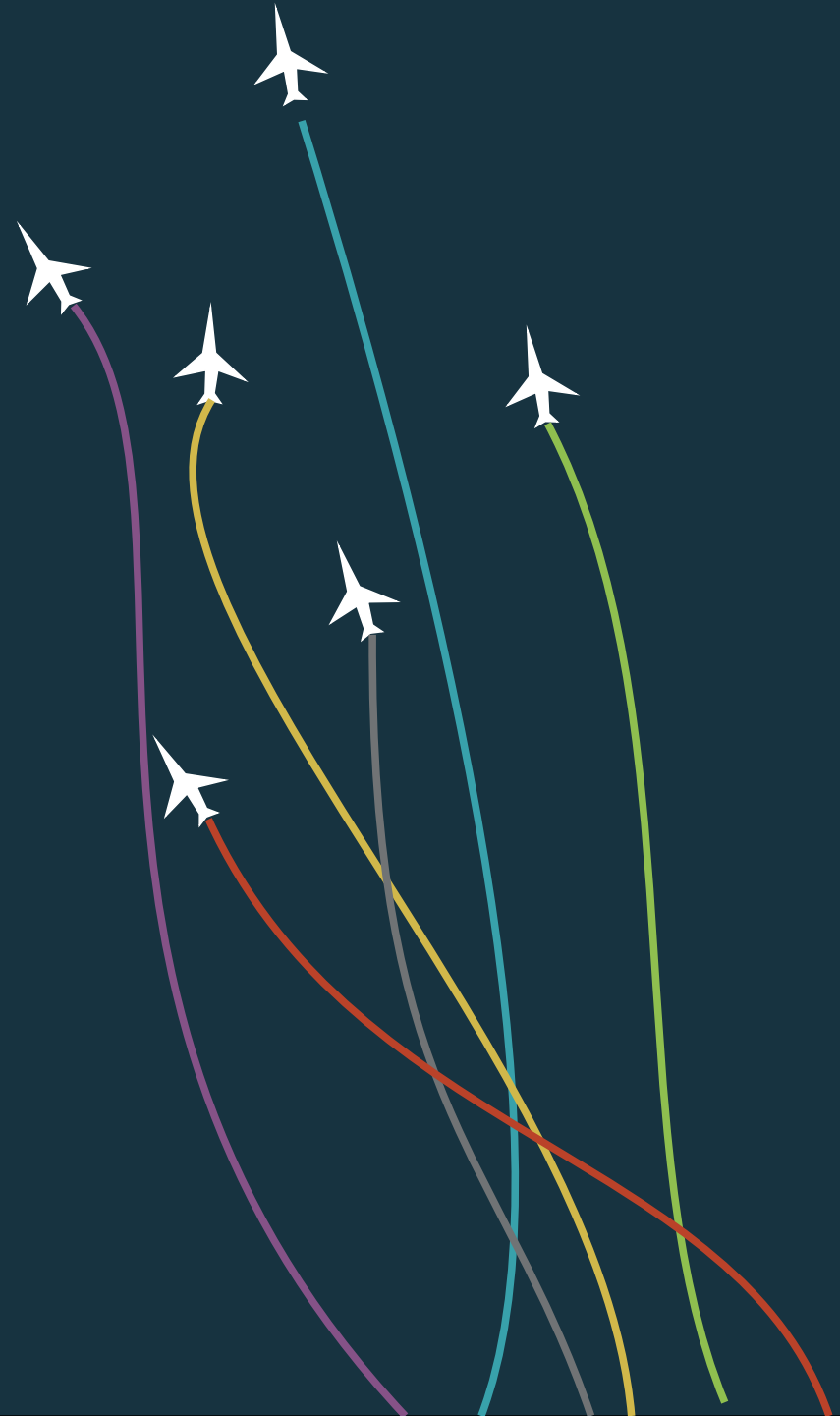
para confeccionar **productos** de valor que combinen beneficios para resolver las necesidades y deseos de los clientes de mejor manera; determinando cuánto debe cobrar por ellos (**precio**); como lo pueden poner a disposición del consumidor (**punto de venta**) y como comunicar su oferta (**promoción**) para persuadirlos

le ayudamos
a resolver

- * Segmentación de mercado
- * Innovación y diseño de productos y servicios
- * Ventaja competitiva: diferenciación y posicionamiento.
- * Concepto, esencia y genoma de marca
- * Personalidad de marca
- * Estrategias competitivas
- * Percepción de valor

servicios de comunicaciones de mercadotecnia

Además de elaborar un buen producto,
asignar un buen precio y ponerlo a
disposición del cliente es necesario
**saber comunicar la propuesta de valor
por lo que la mezcla de rutas de
comunicación de marketing debe
planearse y combinarse integralmente**



comunicación interna

- * Definición empresarial
- * Filosofía
- * Misión
- * Visión
- * Objetivos y valores
- * Endomarketing

estrategias de promoción

- * Propaganda para difundir una idea
- * Publicidad para difundir marcas y productos
- * Promoción de ventas para promover el consumo
- * Ventas personales para promover el servicio
- * Relaciones públicas para reputación de marca

signos de identificación

- * Diseño de naming
- * Personajes, símbolos y logotipos
- * Frases comerciales
- * URLs funcionales

estrategia comunicativa

- * Concepto comunicativo
- * Concepto creativo
- * Criterios para plan de medios
- * Estrategias para Inboundmarketing
- * Codificación de mensajes para convertir ideas e intenciones en palabras, colores, imágenes y símbolos adecuados para captar la atención, mantener el interés, provocar deseo y dar lugar a una acción.

diseño de campañas

Campaña informativa

para empresas y/o productos que están en etapa de introducción y requieren generar demanda primaria.

Campaña persuasiva:

para marcas productos y/o servicios que están ya dentro de la batalla comercial y requieren generar una demanda selectiva o de preferencia.

Campañas retentivas

para marcas y/o productos consolidados que buscan mantener la preferencia.



servicios para el crecimiento y desarrollo

Lo difícil no es llegar a la cima sino mantenerse ahí, por ello diseñamos estrategias para conservar los logros y para administrar el desarrollo y crecimiento empresarial

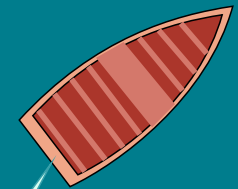
Servicios de plan y estrategia de desarrollo

* Análisis y diseño de la cartera de negocios

- Estrategias de crecimiento
- Penetración de mercado
- Desarrollo de productos
- Desarrollo de mercado
- Diversificación

* Desarrollo de marca

- Extensión de línea
- Extensión de marca
- Marcas nuevas
- Holding o multimarcas



**en certeza puede
adquirir cualquiera
de nuestros servicios
de la siguiente forma**

- * Consultas estratégicas**
- * Diseño y desarrollo de estrategias**
- * Asistencia y acompañamiento**

Trabajamos con:

- * Soluciones a medida**
- * Conciencia de riesgo**
- * Precisión y eficacia**
- * Confidencialidad**



www.certeza.com.mx
contacto@certeza.com.mx
cel: 22 22 56 55 12