

CONSUMER DEMAND MAP



Descripción

Adéntrate en el corazón del comportamiento del consumidor con esta solución diseñada para identificar y analizar los **Demand Spaces o espacios de oportunidad de mercado**. Explora las necesidades funcionales y emocionales de los consumidores en diversas categorías de mercado.

Con Consumer Demand Map, obtendrás **insights valiosos sobre los hábitos de consumo actuales, identificarás nuevos espacios de demanda** y comprenderás con mayor profundidad las dinámicas que rigen el mercado actual para cerrar la brecha y poder mejorar tus **estrategias de portafolio, innovación y marca** para responder con precisión a un mercado en constante evolución.

¿Para qué sirve?

- Visualizar las categorías **según ocasiones de consumo**.
- **Cuantificar el tamaño de oportunidades** para priorizar las de mayor potencial.
- **Transformar oportunidades de negocio en necesidades** no cubiertas.
- **Generar inputs** para estrategias de **crecimiento** de mercado actual.
- **Ver oportunidades para nuevos negocios**, nuevos productos, innovaciones, etc.
- **Comprender la interacción** entre competencia y consumidores.
- **Identificar en qué espacio se encuentran** actualmente y qué **rol** están cubriendo.
- **Entender** la penetración, el volumen y frecuencia de **la categoría**.

¿Para quién es este estudio?



Market Research



Consumer Insights



Product Managers



Área de Innovación



Research & Development



Área de Desarrollo de producto

Indicadores principales

- Demand spaces
- Share of throat / Share of stomach
- Share of volume
- Share # of moments/ocasiones
- Penetración, frecuencia e intensidad de categoría
- Necesidades emocionales y funcionales
- Drivers y barreras de consumo
- Canal y lugar de compra
- Momento de consumo

Módulos adicionales

- Deep Dive por marca
- Deep Dive por perfiles específicos



Metodología

Nuestra metodología utiliza análisis avanzado de mercado combinando las 5 Ws del consumidor, necesidades emocionales y funcionales, y análisis como el chaid tree para identificar oportunidades. Incluye evaluación de consumo y volumen por categoría, ajustes por tendencias y calidad, y utiliza modelos matemáticos para definir y cuantificar espacios de demanda considerando variables como demografías, momentos, canales de compra entre otros. También aplica métricas de Penetración, Frecuencia e Intensidad para calcular el share de mercado y análisis de over/under index para destacar comportamientos específicos.

¿Cómo funciona?

- 1 Definimos la categoría de producto y las variables a estudiar
- 2 Co-construimos las ocasiones y variables.
- 3 Recolectamos la información y procesamos los análisis estadísticos
- 4 Identificamos los demand spaces
- 5 Generamos reporte / dashboard con análisis detallado por demand space

Diferenciadores

- Análisis y metodologías complejas simplificadas para tomar acciones.
- Acompañamiento y co-construcción durante todo el proyecto.
- Profundidad de análisis, alcance amplio de la solución de forma accesible.
- Deep dives de información por categoría, subcategoría, marca y hasta SKU.
- Entregables digeribles y dinámicos (Radiografías, dashboards)
- Entendimiento de múltiples categorías y cuantificación de espacios.

Casos de uso



Empresa de bebidas busca definir su **estrategia de negocio** para los próximos años pero tiene información desvinculada del consumidor, mercado y competencia y esta información no está actualizada. Con Consumer Demand Map lograron tener una **perspectiva holística del mercado y encontrar white spaces dentro y fuera de su categoría** para consolidar su mercado actual y diseñar un plan estratégico para entrar a un nuevo nicho de mercado atractivo y crecer su share.



Empresa de snacks busca generar su **pipeline de innovación** enfocado en dirigir sus productos y marcas hacia necesidades específicas de los consumidores pero solo tiene información a nivel sobre el consumo actual. Con el estudio de demand spaces el cliente logró entender las **ocasiones donde tiene mayor presencia**, en cuales la competencia gana y cuales **desatendidos, profundizando en las necesidades** de las personas logró generar ideas con alto potencial de éxito en el mercado.



Empresa de lácteos busca entrar a **nuevos mercados geográficos** pero desconoce al consumidor, el mercado y la competencia. Al realizar un estudio de espacios de demanda, la empresa logró tener un **conocimiento profundo y cuantificable** de las necesidades entendiendo una perspectiva amplia a nivel categoría y llegando hasta ver donde jugarían con sus SKUs actuales mitigando sus riesgos de entrada.

Si quieres datos específicos de tu industria.

[Contáctanos](#)