

**COMO HACER QUE  
UNA IDEA MIA GUSTE**

***SERVIR # GUSTAR***

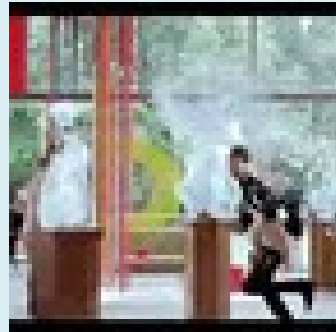
**SIRVEN**



Ventas: 2do semestre 2010 14% por encima 2do semestre 2008

<http://www.youtube.com/watch?v=vPcmpdjGtNO>

**GUSTAN**



Ventas: 1er trimestre 2011 3% por debajo 1er trimestre 2010

[http://www.youtube.com/watch?v=J8nHhqK\\_dtY](http://www.youtube.com/watch?v=J8nHhqK_dtY)

**SIRVEN  
Y  
GUSTAN**



Ventas: 1er semestre 2010 17% por encima 1er semestre 2009

<http://www.youtube.com/watch?v=Ce5hCWGM0-I>

**1ª conclusión: *Lo estratégico por encima de lo estético***

**Escriban 10 palabras que a su pareja les gusten**

# ***EGOCENTRICO # COMUNICADOR***

Se mira el ombligo  
(Habla de sí mismo)

Se refleja en la mirada de otros  
(Habla del receptor)

# EGOCENTRICO



[http://www.youtube.com/watch?v=e3sWzOxs\\_wU](http://www.youtube.com/watch?v=e3sWzOxs_wU)

# COMUNICADOR



<http://www.youtube.com/watch?v=74p1tInUO18>

**2da conclusión: Burlarse NO (egocéntrico)**  
**Compinche SI (comunicador)**



**De las 10 palabras, elegir una. Ese va a ser el tema para elaborar algo compinche, próximo.**

# ***HACER DEL PREJUICIO UN VALOR***

En vez de encerrarnos, redescubramos al otro con una mirada fresca, cercana

# PREJUICIO



[http://www.youtube.com/watch?v=jO1oa7N3x\\_Y](http://www.youtube.com/watch?v=jO1oa7N3x_Y)

# VALOR



<http://www.youtube.com/watch?v=8Rd20YYR9Uc>

**3ra conclusión: Las ideas basadas en prejuicios **NO** sorprenden**

**Con la palabra elegida, un compañero hará un aviso  
de gráfica para Naftalinas Suarez**

**Lo que van a hacer, seguro que SIRVE.**

**Para que GUSTE, hay que cumplir los 3 pasos metódicamente.**

**4ta conclusión: el GUSTO que vale es el del RECEPTOR.**

**Si la idea no gusta (focus group o entrevistas abiertas)  
no preguntar los por qué, ya que el gusto no se racionaliza.**

**Hay que JUGAR sobre el mismo esquema**

***PROFESIONAL = JUEGO***

**El aviso de naftalinas volverá a la primera persona.**

**Le deberá dar una vuelta de rosca JUGANDO  
(sin prejuicios, compinche, sin egocentrismos).**

**El aviso ahora será de Ojotas Havaianas.**



***EL RECEPTOR VALE MAS  
QUE EL PRODUCTO.***

***LA IDEA ES EL RECEPTOR.***

## Producto



<http://www.youtube.com/watch?v=VrLcqeahtY&NR=1&feature=fvwp>

## Receptor



<http://www.youtube.com/watch?v=3UQoeGXHScE>

# ***MODOS DE PRESENTACION***

Una idea es buena recién desde el momento en que el cliente lo cree así.  
En la previa, ninguna idea lo es.

# **Modo soberbio**

- **Clientes de larga data**
- **Agencias personalistas**

## **Ventajas**

- **La confianza dificulta cuestionamientos (matrimonio de muchos años)**
- **Se puede absorber costos**
- **Ideas de las que seguro hablará la gente**

## **Desventajas**

- **Puerta abierta para una agencia seductora (amante)**
- **Se pierde de vista al consumidor**
- **Orilla peligrosamente la burla o el desprecio por algún segmento**

# **Modo inductivo**

- Clientes racionales
- Agencias marketineras

## **Ventajas**

- Se justifica la idea mediante investigaciones de mercado
- Inversión explicada desde los tipos de cobertura
- Ideas concretas y cortas

## **Desventajas**

- Puerta abierta para una agencia seductora (amante)
- La idea es tan racional que no emociona
- El cliente termina percibiendo a burócratas y no a creativos

# **Modo complaciente**

- **Clientes caprichosos**
- **Agencias de servicio total**

## **Ventajas**

- **Relación estrecha con el cliente**
- **Variedad de enfoques según el momento del cliente**

## **Desventajas**

- **Altos costos internos (rentabilidad pobre)**
- **Empleados desmotivados**
- **Potencial creativo desperdiciado**

# **Modo inocente**

- **Clientes enfocados en costos**
- **Agencias nuevas**

## **Ventajas**

- **Estructura interna liviana y moldeable**
- **Rapidez de respuesta**
- **No requiere de grandes márgenes**

## **Desventajas**

- **Ciclotimia interna**
- **Decepción permanente**
- **Ideas a mitad de camino**

# Modo outside

- Clientes de todo tipo
- Agencias de todo tipo

## Ventajas

- Rompe el paradigma de la relación cliente - agencia
- Costos justificados en base a entrevistas abiertas (variables blandas)
- No hay miedo ni prejuicio al transitar lo popular

## Desventajas

- Gerentes y jefes de producto esquemáticos
- Mas de una idea implica inseguridad
- Hay que reafirmar la confianza en cada trabajo



**Exposición grupal acerca de un tema  
según los distintos modos,  
para evaluar funcionamiento del vínculo  
y potencialidades propias**