



# Credenciales

lo que somos - lo que hacemos



INVESTIGACIÓN ▶ INTELIGENCIA ▶ ESTRATEGIA

[WWW.SINGULARMKTG.CL](http://WWW.SINGULARMKTG.CL)

*“El que no sabe  
por qué camino  
llegará al mar,  
debe buscar el río  
por compañero”*

JOHN RAY



QUIÉNES SOMOS



Agencia de consultoría estratégica, formada por profesionales con trayectoria en investigación de mercados, estrategias de comunicación y creatividad publicitaria.



## QUÉ HACEMOS

Ayudamos a las organizaciones a identificar oportunidades para crear cambios útiles y significativos, **innovando en la búsqueda de insights** a través de la combinación de análisis de datos, tendencias y estudios de mercado, y el diseño de estrategias de comunicación y relacionamiento.



# PROPÓSITO

Amplificar la voz del consumidor,  
brindando conocimientos útiles y estimulantes  
para las decisiones estratégicas.



Desafiar certezas  
Reducir la complejidad  
Interpretar nuevas relaciones  
Descubrir oportunidades  
Explorar tendencias  
Integrar nuevas fuentes  
Orientar decisiones claves  
Activar insights



# ▶ Clientes y experiencias



# Cómo nos acercamos al consumidor

# Áreas de Consultoría Estratégica ◀



**MARCAS Y  
COMUNICACIÓN**



**REPUTACIÓN  
DIGITAL**



**EXPERIENCIA DE  
CLIENTES**



**INTELIGENCIA DE  
DATOS**



**DESARROLLO DE  
PRODUCTOS Y  
SERVICIOS**



**RRHH Y  
ORGANIZACIONES**





Nuestros servicios

# MARCAS Y COMUNICACIÓN



## BRANDING Y PUBLICIDAD

Diseñamos estrategias de marca basadas en un conocimiento profundo del negocio y las oportunidades del mercado, ideando campañas de comunicación centradas en insights que enriquecen el proceso creativo.



## DIAGNÓSTICO IMAGEN DE MARCA

Medimos y monitoreamos indicadores claves del valor y fortalezas de las marcas, identificando los insights que permiten establecer vínculos más provechosos y duraderos con el consumidor.



## METÁFORAS Y REDES SEMÁNTICAS

Allí donde los conceptos no alcanzan, las metáforas nos permiten establecer conexiones con los significados y emociones asociadas con una categoría, marca o experiencia. Nuestra tarea es descubrirlas y analizarlas.

# Branding y publicidad

Identidad, arquitectura, relato

Diseñamos la estrategia de comunicación de la marca, estableciendo su propósito y valores, un relato que vincula y brinda identidad, además de la hoja de ruta de acciones estratégicas.



## Diagnóstico de Oportunidades

Entrevistas a stakeholders, comprensión del entorno comunicativo y de las audiencias relevantes.

## Workshop de Marca

Talleres de entendimiento de la situación de la marca y co-diseño de caminos estratégicos.

## Conceptos de comunicación

Establecimiento del territorio de comunicación las promesas para conectar la marca con oportunidades.

## Estrategia Creativa

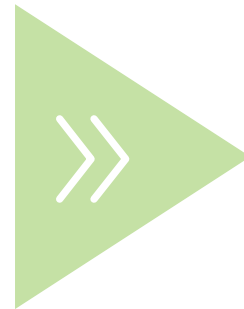
Diseño de campaña de comunicación, con expresiones gráficas y/o audiovisuales.



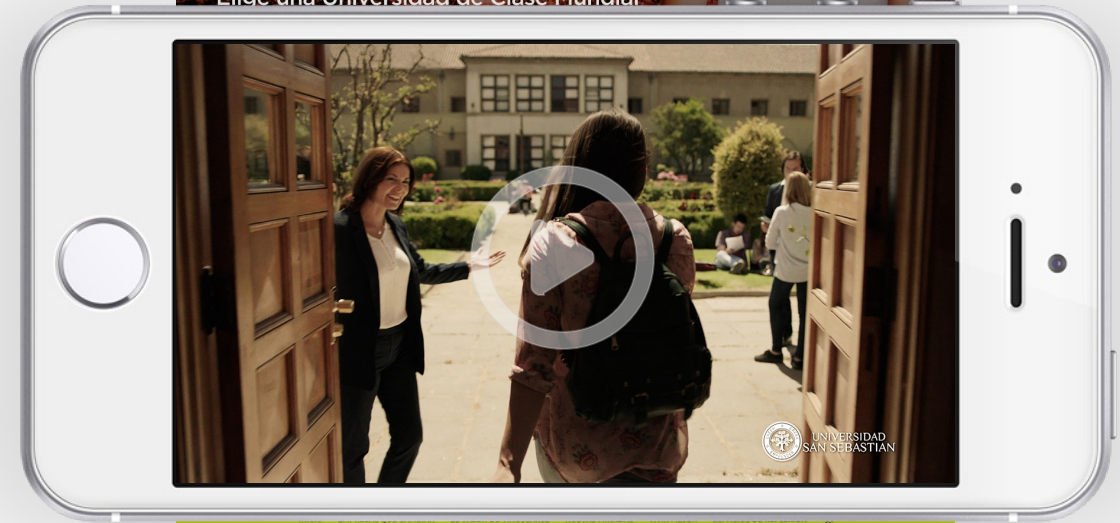
# Campañas de Comunicación

Estrategia – Diseño - Implementación

construir  
relevancia  
para crear  
conexión



Nos enfocamos en el diseño de relatos de marca que estimulen la creación de conexiones únicas, segmentadas y con sentido, usando de manera estratégica los medios tradicionales y las nuevas tecnologías que hacen posible fortalecer la relación.



# Diagnóstico de Marcas

Valor, imagen y posicionamiento

Consideramos 4 dimensiones, cada una con indicadores definidos y análisis específicos del desempeño de las marcas, asociados a diferentes dimensiones de marketing.



Analizamos las marcas considerando todas las relaciones significativas que establece con los consumidores, para identificar dónde se desarrollan las principales oportunidades.

<b>INTERACCIÓN</b>	
<b>Costo-beneficio</b> <i>¿Pagarían más por mí? ¿Me elegirían porque doy más por menos?</i>	<b>Vínculo</b> <i>¿Mantienen una relación satisfactoria conmigo?</i>
<b>Presencia</b> <i>¿Han oído hablar de mí? ¿Han visto mi publicidad?</i>	<b>Significación</b> <i>¿Qué imagen tienen de mí? ¿Qué emociones suscito?</i>
<b>COMUNICACIÓN</b>	

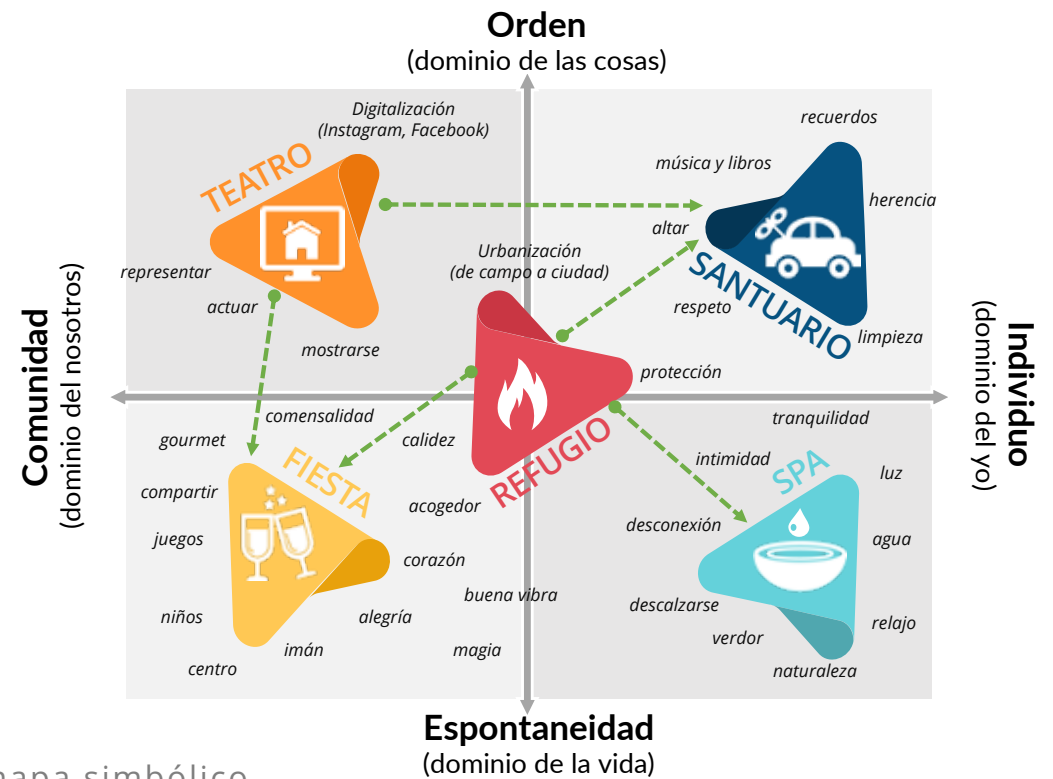
RACIONAL-COGNITIVA

EMOCIONAL-CONDUCTUAL

# Metáforas

## Significados y relaciones profundas

El **análisis de metáforas** es una técnica cualitativa que sirve para identificar los modelos experienciales que usamos para comprender un concepto, tangibilizando sus atributos.

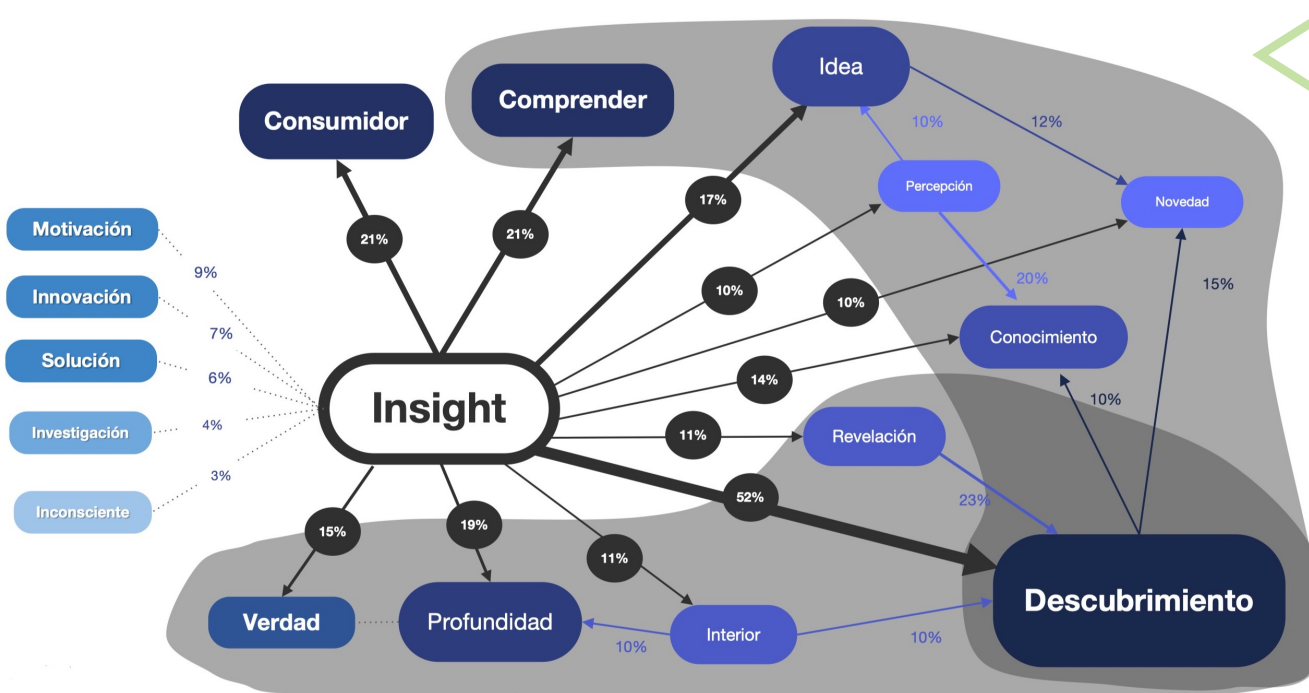


Cuando combinamos 2 tipos de análisis, logramos definir el mapa simbólico de la categoría estudiada. Las **metáforas** indican las posibilidades de la categoría (potencial simbólico), en tanto las **redes semánticas** indican lo que se ha logrado construir, de manera deliberada o espontánea, respecto de ella.

# Redes Semánticas

## Relaciones conceptuales

El **análisis de redes semánticas** es una técnica cuantitativa que permite determinar el significado actual de un concepto, a partir de su asociación con otros. Se trata de los pensamientos que surgen de manera espontánea o automática al usar o exponerse a un concepto.



Conocer estos modelos permite apelar a experiencias, significados y emociones más profundos y así sintonizar con los consumidores.





Nuestros servicios

# REPUTACIÓN DIGITAL



## ANÁLISIS MENSAJES EN TWITTER

**SINGULAR**  
**VOICES**

Único modelo de análisis de repercusión de contenidos, influenciadores y formación de discursos en Twitter.

## MONITOREO REPUTACIÓN DIGITAL

Nos especializamos en descubrir, analizar y dar sentido a un gran volumen de información reputacional, contenida en el mundo digital, para transformarla en conocimiento útil y fortalecer la toma de decisiones.

# Investigación de formación de discursos y repercusión en Twitter

Modelo de seguimiento y análisis de interacciones en redes sociales, desde la Investigación de Mercados

Twitter es ante todo un canal de comunicación abierto, un laboratorio de opinión. Sin embargo, el interés por entender qué se está diciendo en las redes sociales, choca con una oferta de análisis de poca profundidad, esencialmente descriptivo, basados en conteos de menciones, trending topics y rankings.

Innovamos a través de una herramienta que permite analizar en profundidad el comportamiento de los mensajes presentes en Twitter, sus ideas fuerza, su impacto, origen y potencia.

Nuestro modelo se basa en hacernos preguntas de investigación relevantes, identificar la masa crítica de las conversaciones y el análisis de contenido por autores, actitudes y discursos en Twitter.

SINGULAR  
VOICES





La reputación como defensa:  
en la era de las Redes Sociales  
es “tu palabra contra la mía”.

- **Presenciamos la dilución del stakeholder**, la horizontalidad de las comunicaciones y la posibilidad de viralización desde cualquier usuario del mundo digital.
- **Las marcas no pueden evitar por completo que se hable mal de ellas, pero pueden forjarse una reputación que las defienda**, otorgue el beneficio de la duda e incluso haga rebotar una acusación: “tu palabra contra la mía”.
- **La confianza es crecientemente transaccional** (líquida). De allí la importancia de monitorear la repercusión de la marca.
- **La repercusión digital mide la propagación de opiniones positivas o negativas sobre la marca**. Pone en valor esencialmente lo mismo que el NPS, del que sería una medida complementaria.



# Diagnóstico de Reputación digital

Modelo de análisis de reputación, basado en las metáforas que la describen.

Hablamos de la reputación como algo que se gana con esfuerzo a través del tiempo, pero se puede perder rápidamente y, por lo tanto, ha de ser vigilado y cuidado. La reputación es el TESORO de la marca, la CASA donde habita y la VESTIMENTA con que se muestra.





Nuestros servicios

# EXPERIENCIA DE CLIENTES



## MODELOS DE EXPERIENCIA Y CJM



customer experience  
communication

Creamos valor a través de la experiencia, conjugando un profundo conocimiento de los momentos claves de la relación con la marca, sus conversaciones y claves emocionales.

## NPS Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Tomar el pulso de la relación con los clientes es hoy un imperativo para conservar y enriquecer el vínculo. Orientadas al cliente, las empresas establecen estas medidas como una fuente constante de aprendizaje para tomar decisiones operacionales y estratégicas.

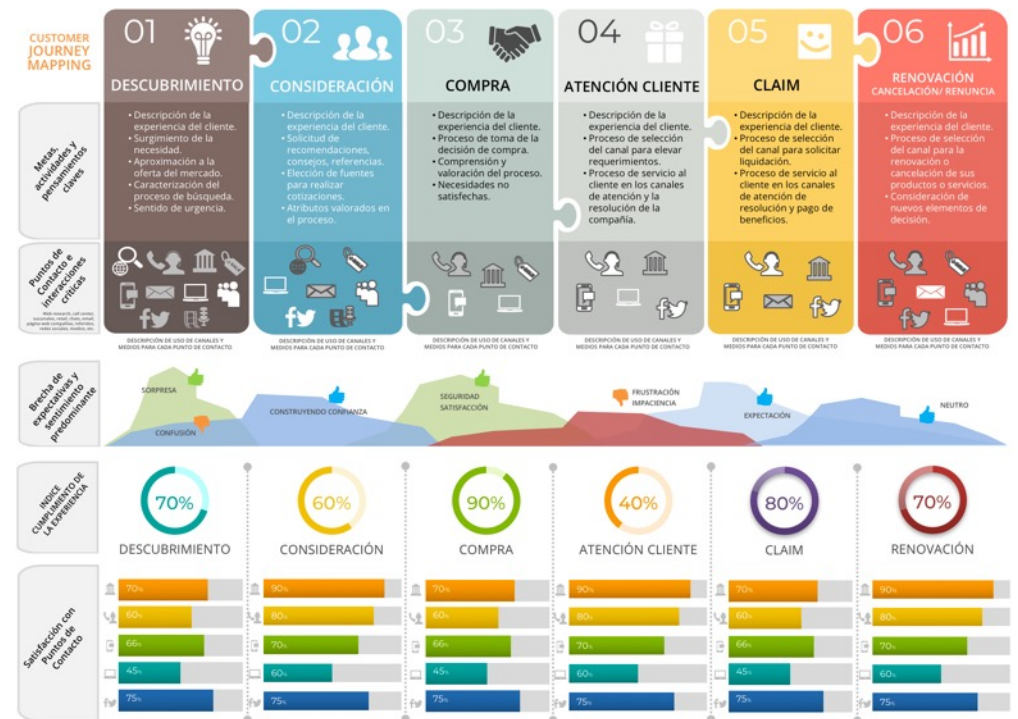


Buscamos identificar y describir los distintos momentos de verdad de la relación con la empresa, desde la óptica y experiencia de los clientes, así como la oportunidad de establecer mejoras en procesos de servicio o comunicación.

# Customer Journey Mapping

Entender el viaje para mejorar la experiencia

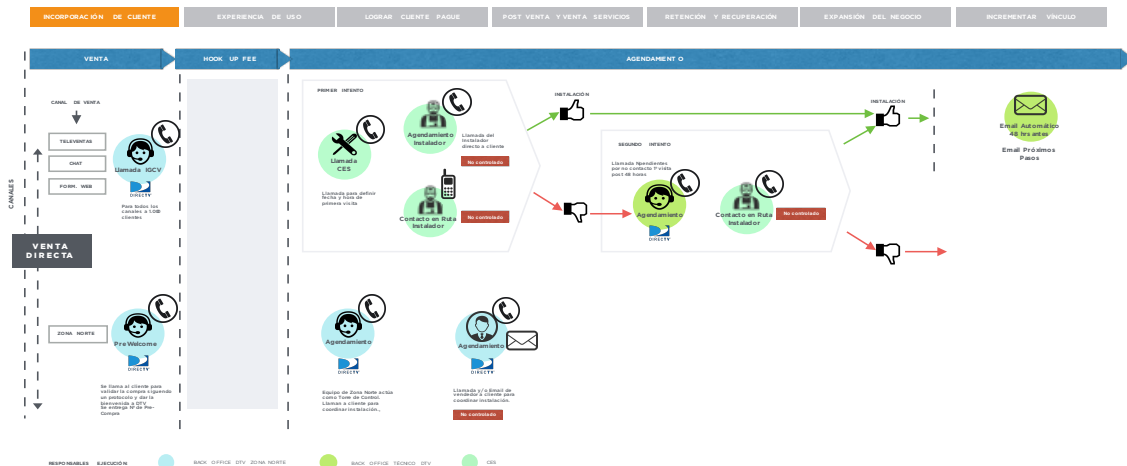
Por cada momento de verdad identificamos: estado de ánimo asociado, factores de calidad, quiebres y expectativas, medios y herramientas.



# Modelo de experiencia basado en la comunicación



Basado en la descripción los procesos de comunicación outbound de las empresas, para identificar drivers de oportunidad, que permitan re orientar la comunicación, desarrollar acciones creativas y de bajo costo, para modelar la percepción hacia una experiencia positiva en momentos claves.



“Las personas quizás no recuerden exactamente qué hiciste o lo que dijiste, pero ellos siempre recordarán cómo los hiciste sentir”



- ¿Conoce bien la empresa cuáles son todas sus “conversaciones” proactivas hacia sus clientes?
- ¿Podemos mejorar la experiencia de clientes modelando sus expectativas a través del rediseño de la comunicación y el modo de encarar sus relaciones con los clientes?
- ¿Hay espacio para crear engagement con los procesos de la empresa y sus valores de servicio a través de la promoción de un relato que permita alinear valores y acciones de servicio?
- ¿Es posible la automatización de procesos de comunicación con clientes que facilite la creación de experiencias de relacionamiento más eficientes y satisfactorias para los clientes?
- ¿Cuáles son los canales más adecuados para cada cliente (SMS, Email, Whatsapp, Redes Sociales, etc.)?

# Calidad, Satisfacción y NPS

Modelos de análisis para identificar y gestionar indicadores claves de desempeño del servicio.

- Nos especializamos en el **diseño de modelos de investigación de variables de servicio**, orientadas a identificar oportunidades de mejora y aprendizaje para la gestión de la experiencia de clientes y manejo de las expectativas.
- Utilizamos diversas **técnicas de relevamiento**: encuestas telefónicas, presenciales y online, clientes incógnitos, entrevistas en profundidad y auditorías de calidad a través de verificación de cumplimiento de protocolos en sucursales o escuchas de atención de call center.
- Exploramos los datos a través de la **construcción de indicadores y el análisis de contribución de variables a la satisfacción**. Experiencia en NPS técnico y transaccional.
- Encuestadores **capacitados en la correcta aplicación de las preguntas y profundización** de estudios de NPS y Satisfacción.





Nuestros servicios

# INTELIGENCIA DE DATOS



## COMPORTAMIENTO TRANSACCIONAL

Análisis basado en minería de datos, que releva preguntas que pueden ser respondidas disponibilizando información producida por la propia organización, y que permite segmentar clientes según su comportamiento transaccional.

## ANÁLISIS MULTIVARIADO

Análisis de la información de múltiples fuentes de datos, aplicando herramientas analíticas para integración de bases, recodificación de variables, análisis multivariado y de segmentación, modelos predictivos, etc.



# Comportamiento Transaccional

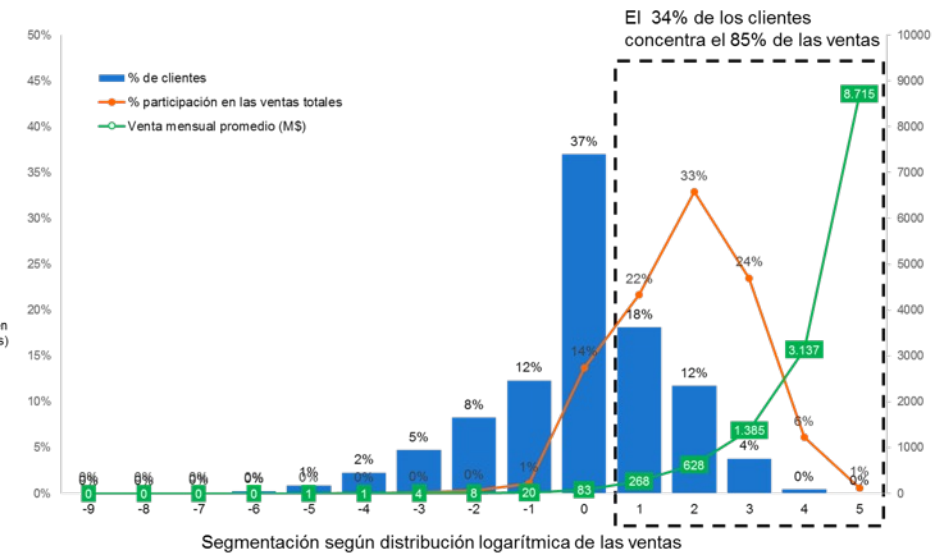
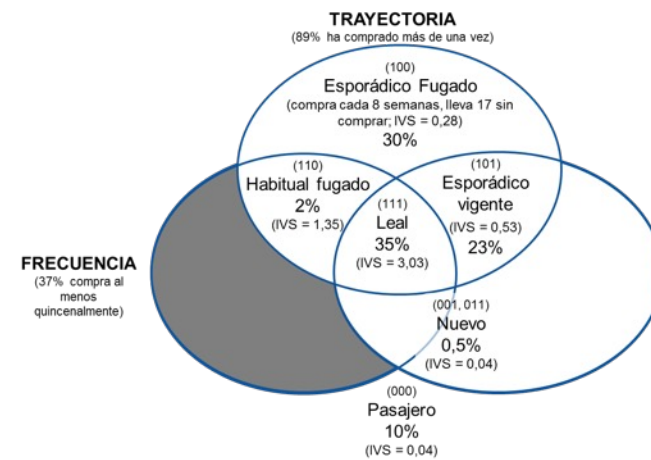
## Minería de datos



Aunque los negocios suelen segmentar por sí mismos su cartera, dos fenómenos conspiran a través del tiempo para generar puntos ciegos: la inercia organizacional y el dinamismo del comportamiento de los consumidores.



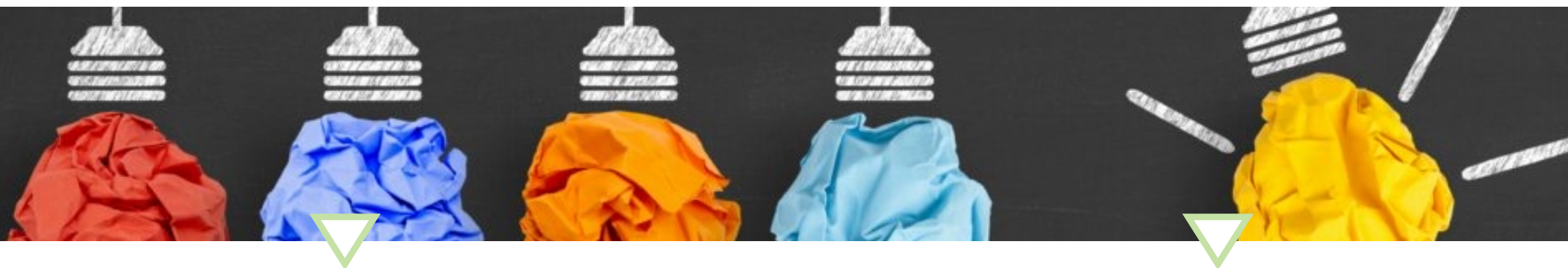
Al analizar el comportamiento transaccional en el mediano y largo plazo, deconstruimos los segmentos y profundizamos en el conocimiento y la jerarquización de los clientes, generando nuevas reglas de clasificación orientadas a optimizar las acciones de marketing. Adicionalmente, podemos generar información nueva sobre los clientes a partir de encuestas enfocadas en los segmentos de interés.





Nuestros servicios

# DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



## EVALUACIÓN DE CONCEPTOS

Identificamos y evaluamos ideas y conceptos viables, con el objeto de maximizar las posibilidades de detectar las exitosas, minimizar las de perder buenas ideas y facilitar lanzamientos rápidos y eficientes.


## TRADE-OFF ATRIBUTOS Y PRECIO

Diseñamos un enfoque de evaluación de lanzamientos de un producto o servicio o cambios en atributos claves, para ayudar a identificar los riesgos inherentes y escenarios con mayor potencial de éxito.



# Trade-off entre atributos y precio

Combinamos técnicas de análisis conjunto y de sensibilidad de marcas y productos al precio (BPTO), con lo que resolvemos simultáneamente dos problemas:

- 
 Cuáles son los atributos más importantes en el diseño de un producto. Estimamos sus respectivas utilidades de acuerdo a la resistencia frente a alzas de precio:

Importancia del factor	Utilidades de los atributos	
<b>PRECIO</b> 26%	Bajo 0,57	Alto
<b>FLEXIBILIDAD EN EL PASAJE</b> 22%	Pasaje no permite cambios 0,49	Pasaje que permite cambios por una comisión
<b>MARCA</b> 20%	SKY 0,44	LAN
<b>PROGRAMA DE PUNTOS</b> 9%	Sin programa de puntos (implícito) 0,20	Programa de puntos
<b>ASIENTOS</b> 8%	Asientos normales (implícito) 0,18	Asientos cómodos con espacio y reclinables
<b>CHECK IN</b> 7%	Check in presencial (\$6000) 0,16	Check in on line sin costo
<b>COMIDA</b> 4%	Snack / colaciones a bordo 0,09	Plato de comida caliente
<b>DESPACHO DE EQUIPAJE</b> 3%	Despacho de maleta en el avión (\$10000 por maleta) 0,08	Despacho de maleta sin costo
<b>ENTRETENCIÓN</b> 1%	Acceso a contenidos desde smartphone/tablet/notebook 0,02	Pantallas individuales con entretenimiento
<b>HORARIOS DE SALIDA</b> 1%	2 horarios de salida al día 0,02	6 horarios de salida al día



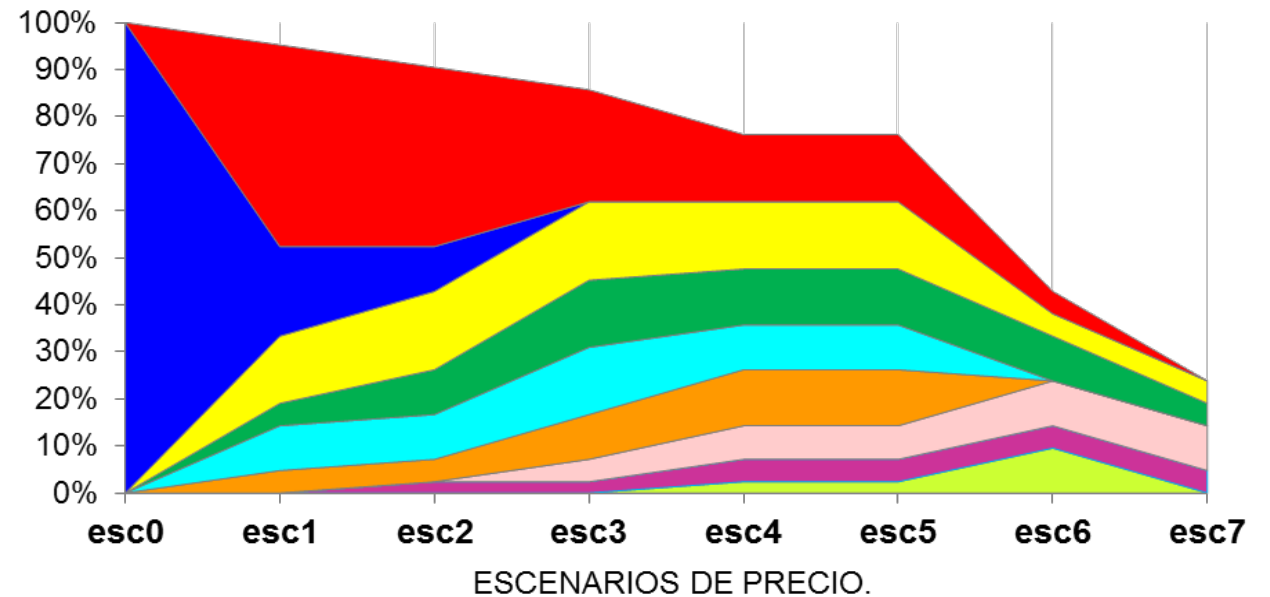


# Trade-off entre atributos y precio



Cuál es la **demanda potencial de los productos en distintos escenarios de precio y competencia**. Podemos simular la distribución de las preferencias para cada escenario:

*Escogen la alternativa*





Nuestros servicios

# RRHH Y ORGANIZACIONES



## DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Realizamos estudios de clima y evaluaciones de desempeño, a través de técnicas relevamiento online y asistidas. Utilizamos modelos de análisis multivariado para identificar variables críticas y entender dónde desarrollar las intervenciones necesarias.

## MARKETING INTERNO

Diseñamos planes y acciones de comunicación, que permitan integrar y alinear a los colaboradores con los objetivos y valores de la organización, para mejorar su grado de comprensión, compromiso y participación.



# Recursos Investigación

Contamos con los mejores profesionales, conocimientos metodológicos y prácticas de calidad orientadas a la investigación.



## 6 mil

ENCUESTAS AL MES

NPS, SATISFACCIÓN Y AUDITORÍAS DE CALIDAD



## 1º nivel

MODELOS DE INVESTIGACIÓN

PLATAFORMAS E INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA



## +20 años

EXPERIENCIA PROFESIONAL

SOCIÓLOGOS, PSICÓLOGOS, INFORMÁTICOS



## 36

POSICIONES CALL CENTER

DEDICADAS A INVESTIGACIÓN



SINGULAR



Chile Call



INVESTIGACIÓN ► INTELIGENCIA ► ESTRATEGIA

WWW.SINGULARMKTG.CL



Conversemos



Fonos

Celular: +569 9085 25 55



Emails

patricio.arenas@singularmktg.cl



INVESTIGACIÓN ▷ INTELIGENCIA ▷ ESTRATEGIA

[WWW.SINGULARMKTG.CL](http://WWW.SINGULARMKTG.CL)