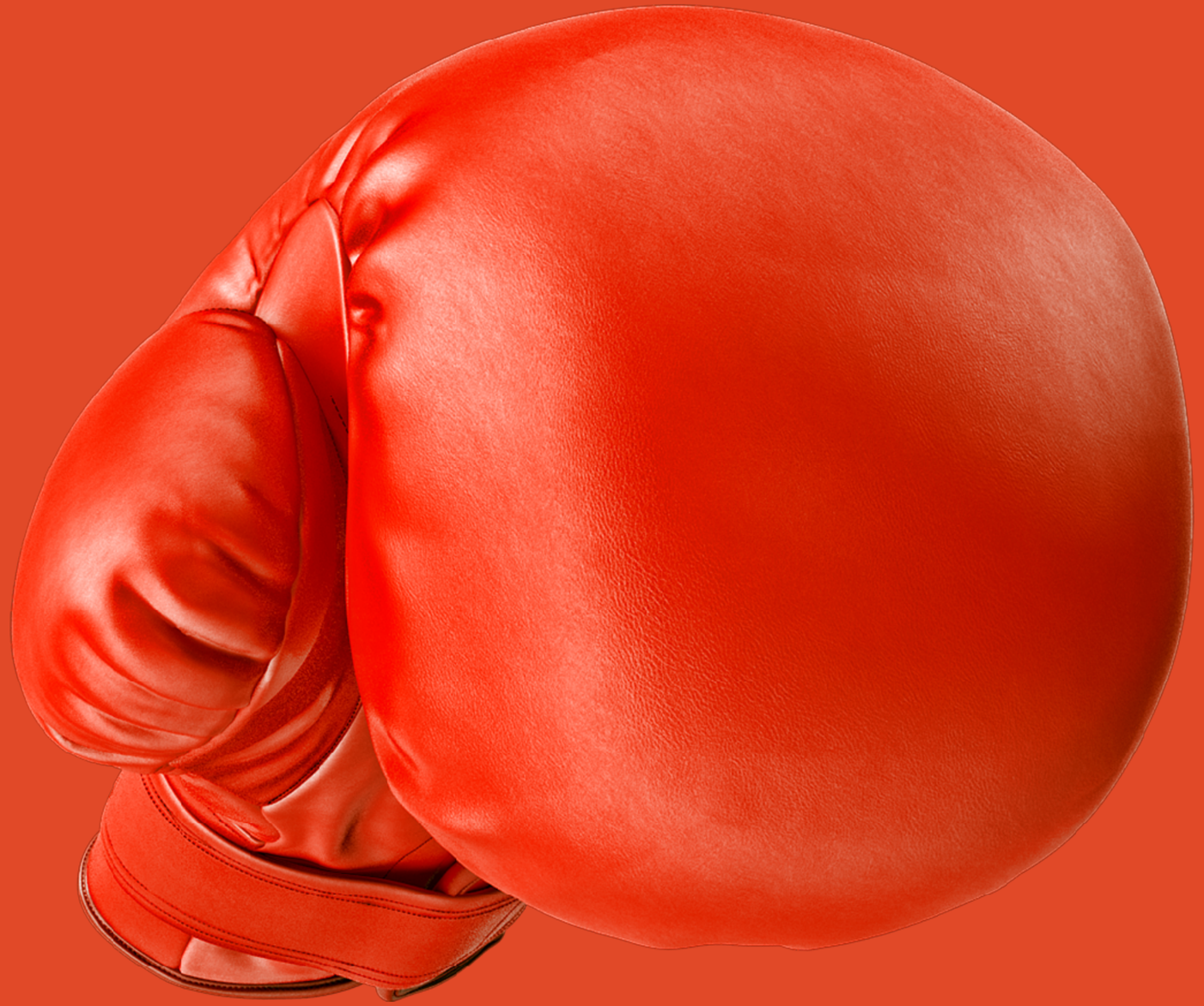
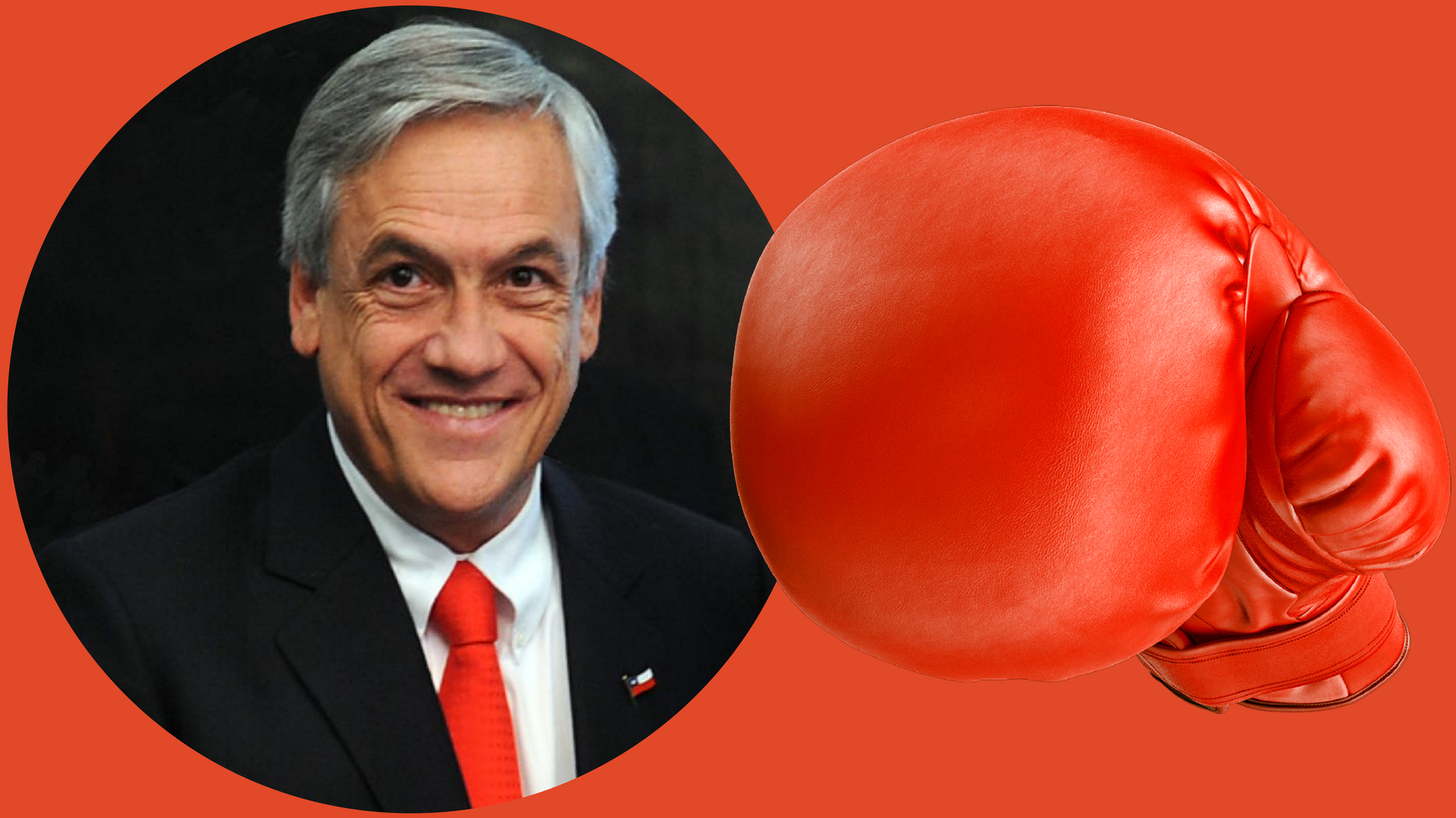
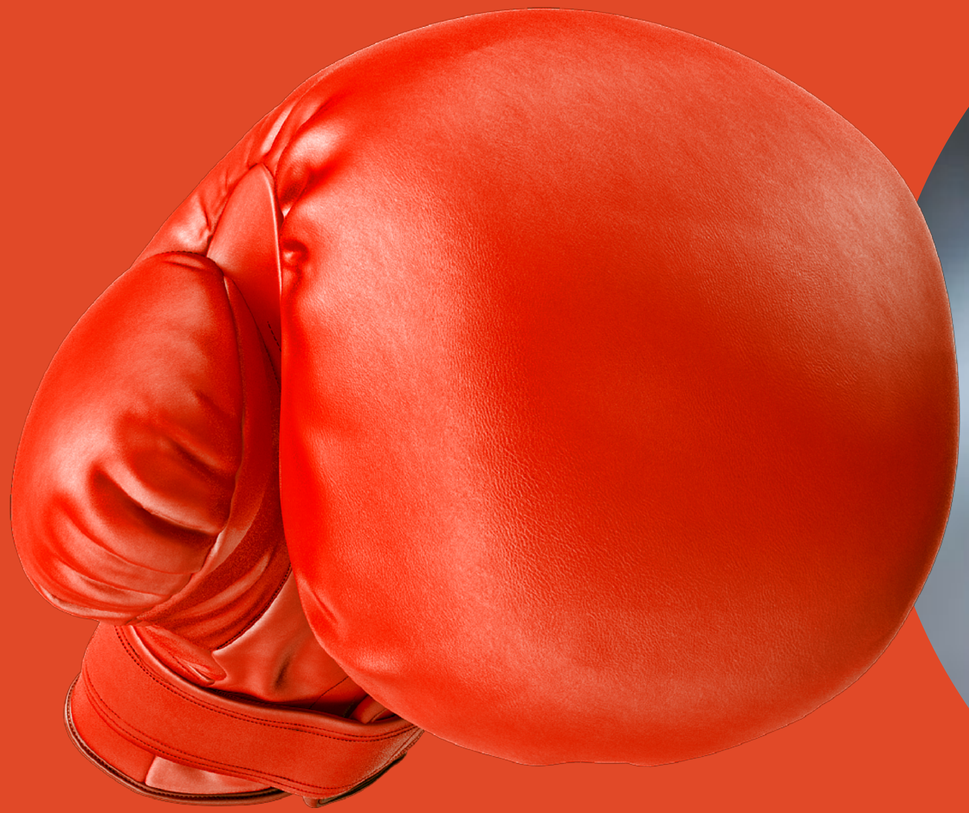
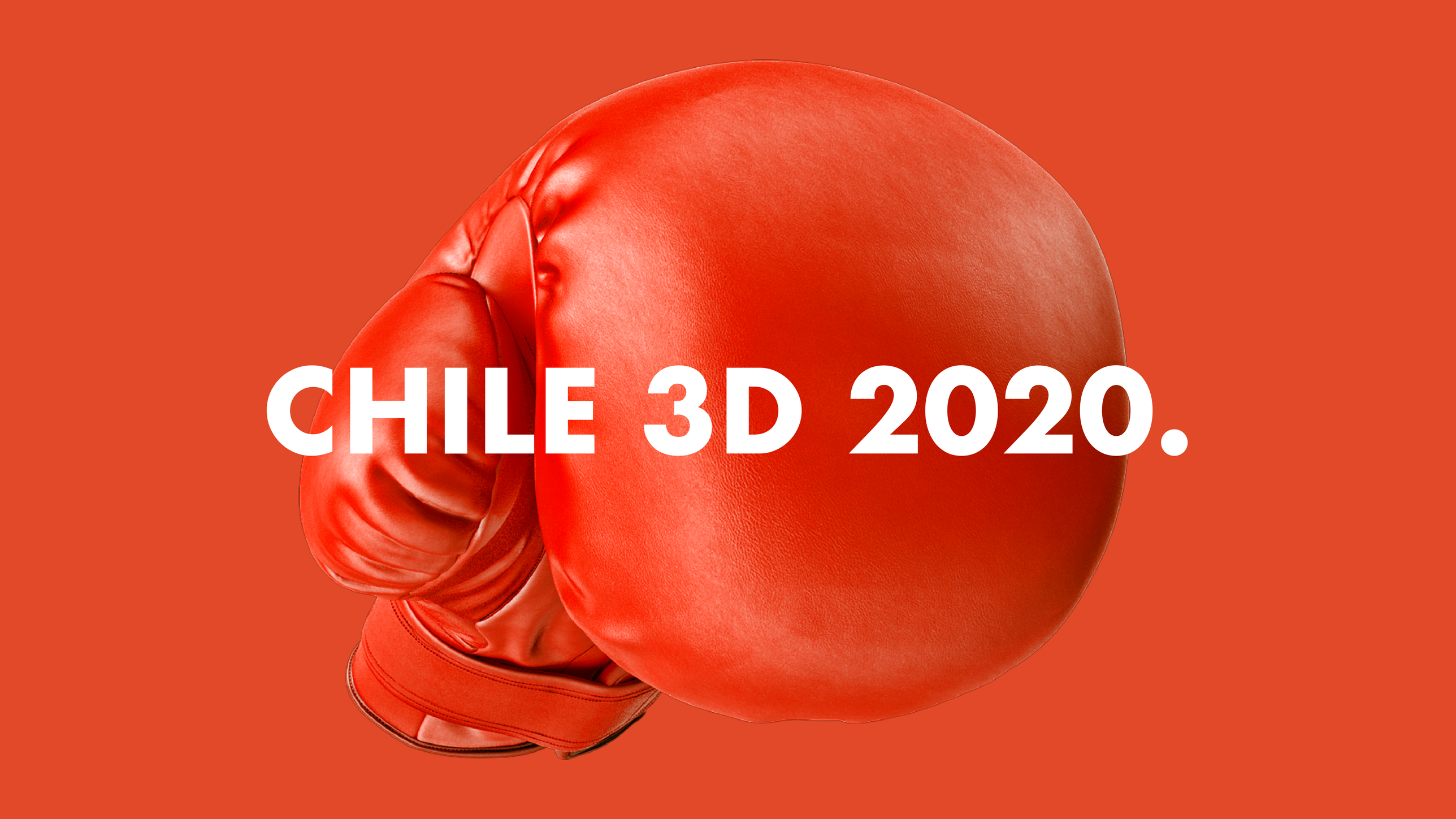


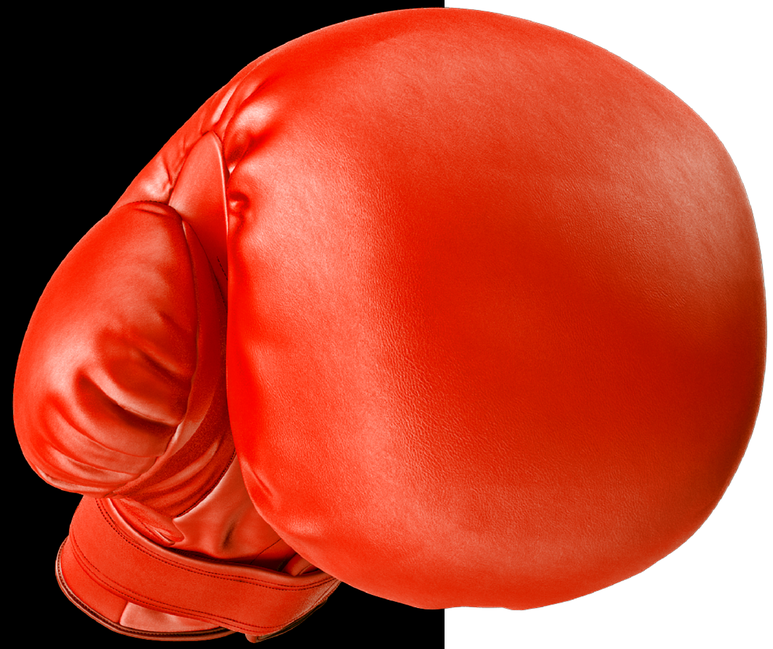
LO MISMO PASA
CON LAS MARCAS.

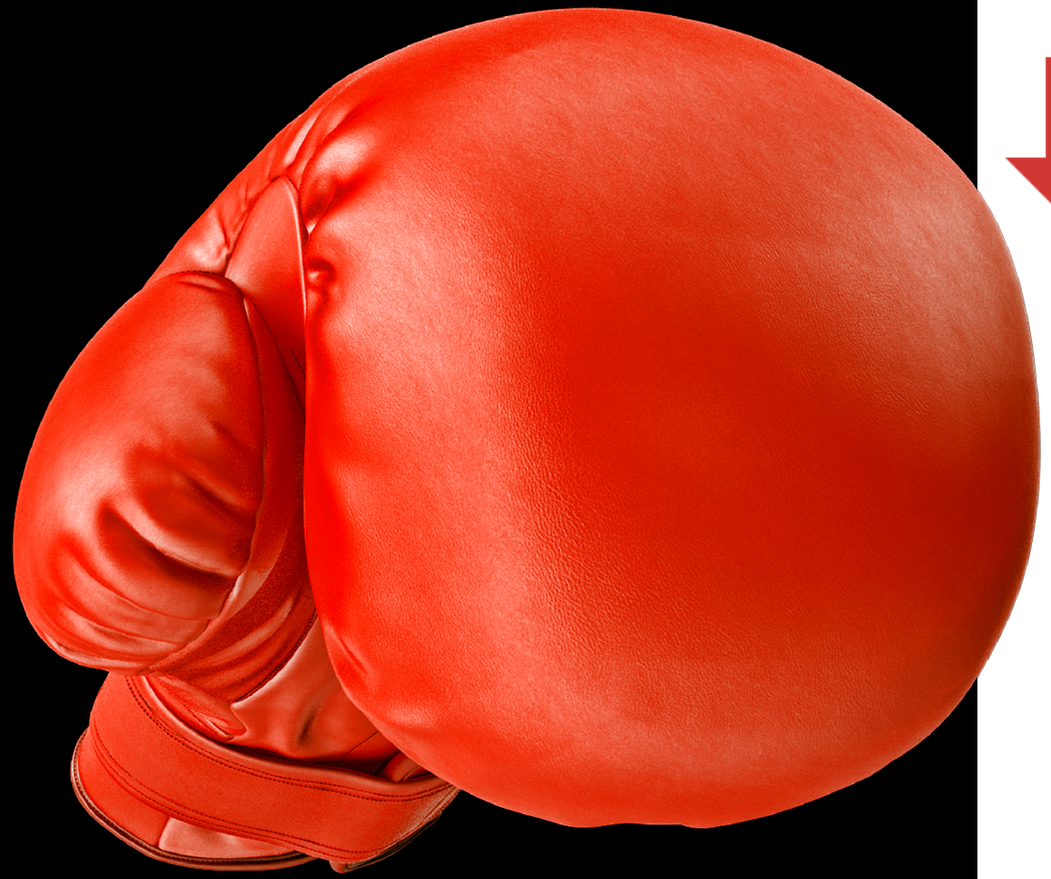





CHILE 3D 2020.

¿Cómo creemos que somos los chilenos?

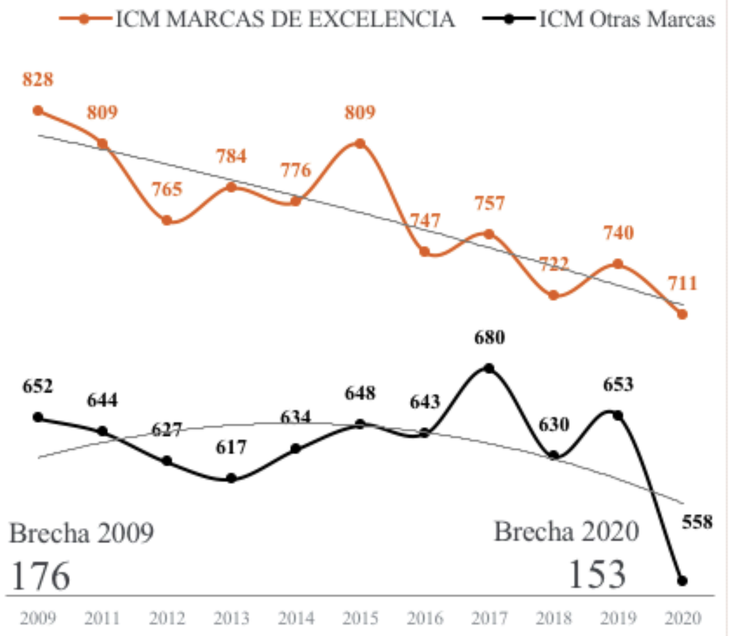




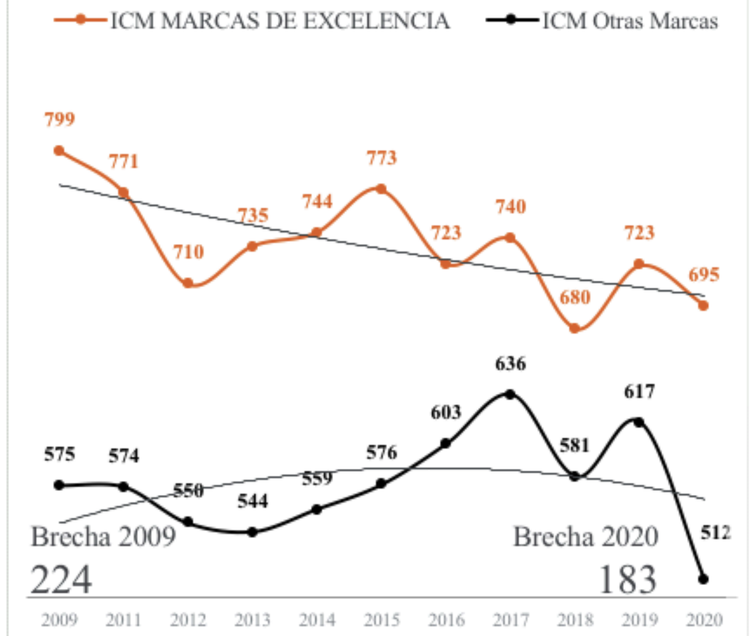
MÁS BAJAN

ISAPRES	-199,6
AFPS	-195,1
DIARIOS DE NEGOCIOS	-172,3
TARJETAS DE CREDITO BANCARIAS/MULTITIENDAS/SUPER MERCADOS	-164,3
CANALES DE TV	-149,2
TIENDAS DE COMPRA AL PASO	-148,1
TIENDAS DE BOMBAS DE BENCINA	-147,1
FARMACIAS	-141,4
COMBUSTIBLES	-137,9
CARNES, POLLOS, CERDO, PAVO	-137,1
MEDIO DE PAGO	-136,3
CANALES DE NOTICIAS	-134,2
DIARIOS	-133,9
SEGUROS GENERALES	-132,3

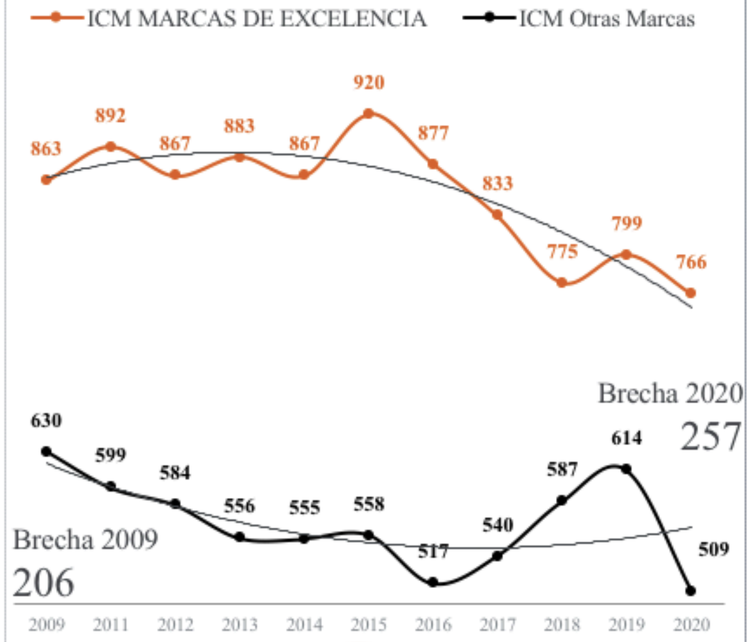
PRESTIGIO

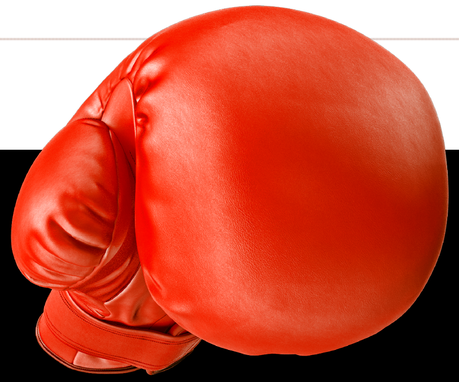


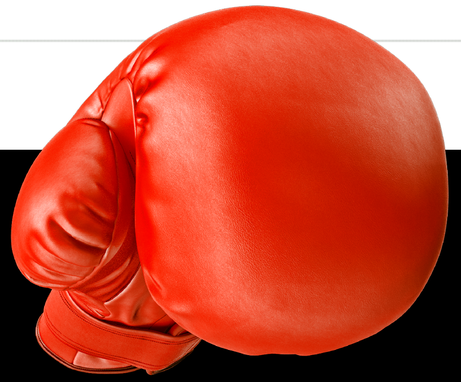
AFECTO

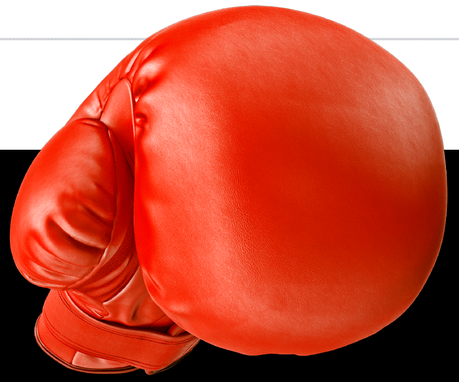


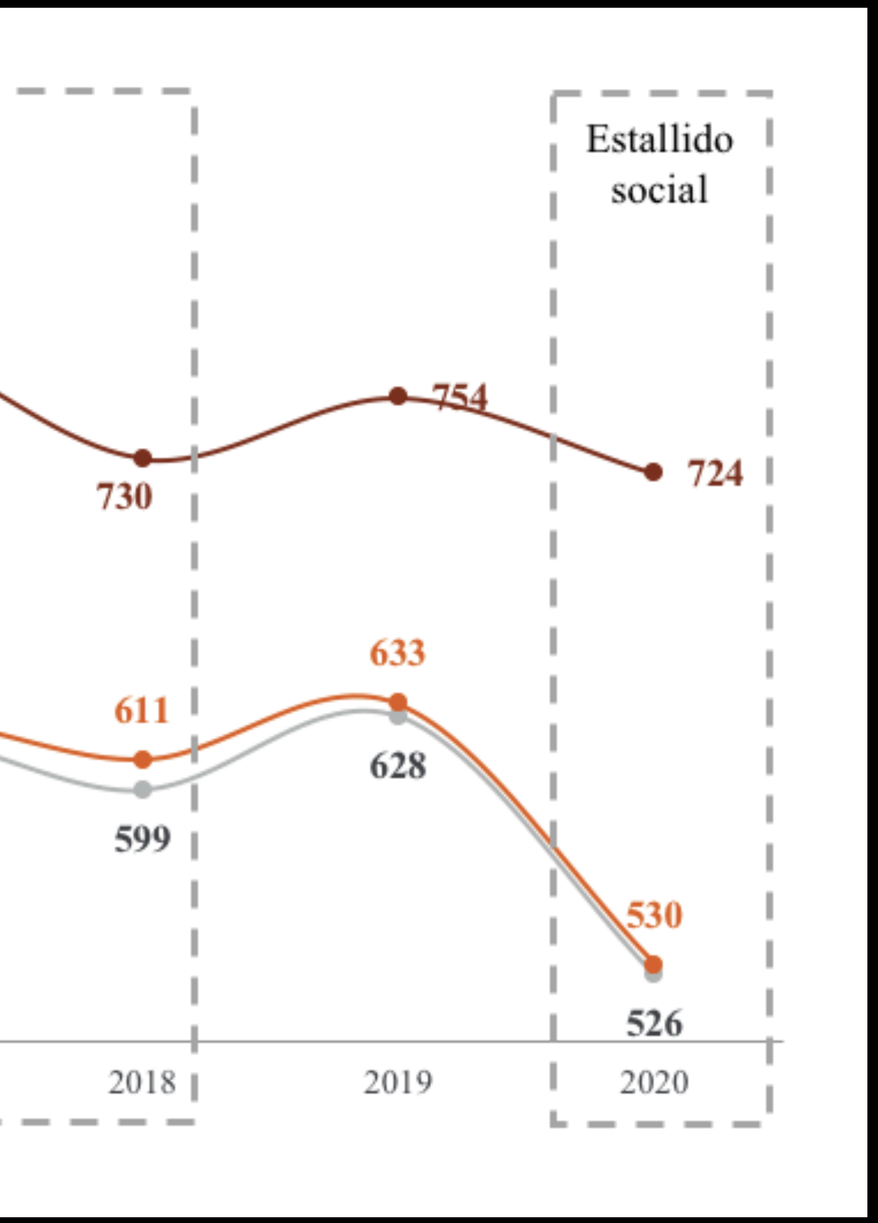
PRESENCIA











SIN EMBARGO NO A TODAS LAS MARCAS LES LLEGA EL GOLPE DE LA MISMA FORMA.

LAS MARCAS DE EXCELENCIA RESISTEN MUCHO MEJOR.

*POR SI ALGUNOS AÚN TIENEN DUDAS RESPECTO AL REAL VALOR DE CONSTRUIR MARCA.

PERO
VOLVAMOS
AL POST
COMBO.

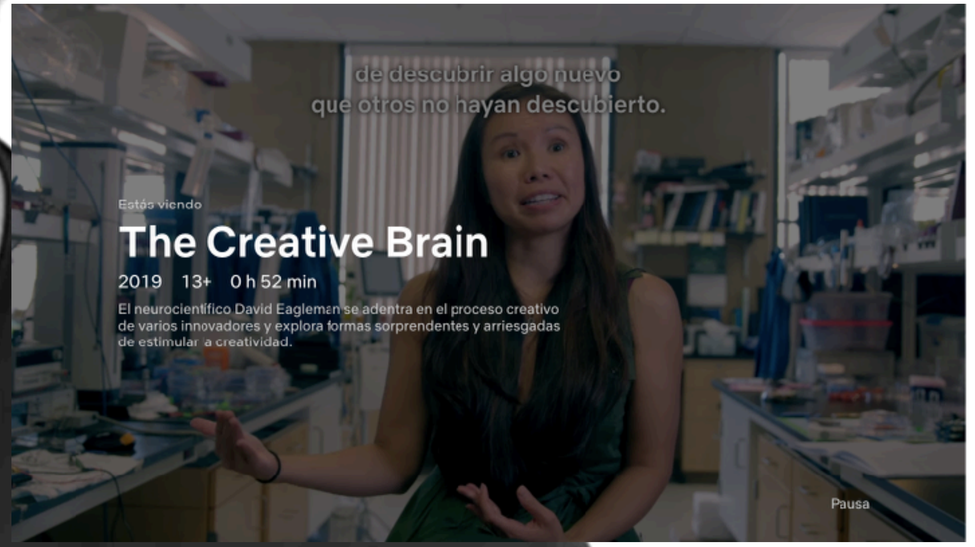
ESTAS
ATURDIDO,
VES TODO
BORROSO,
NO ATINAS
A NADA.

Y VIENE UN SEGUNDO GOLPE.
UN COMBO GLOBAL.

PERO EN ALGÚN MOMENTO SURGE
UN MICRO INSTANTE DE LUCIDEZ.
ES AHÍ DONDE APARECE LA
CREATIVIDAD.

“EN LOS MOMENTOS DE CRISIS, SOLO LA IMAGINACIÓN ES MÁS IMPORTANTE QUE EL CONOCIMIENTO”.

ALBERT EINSTEIN.

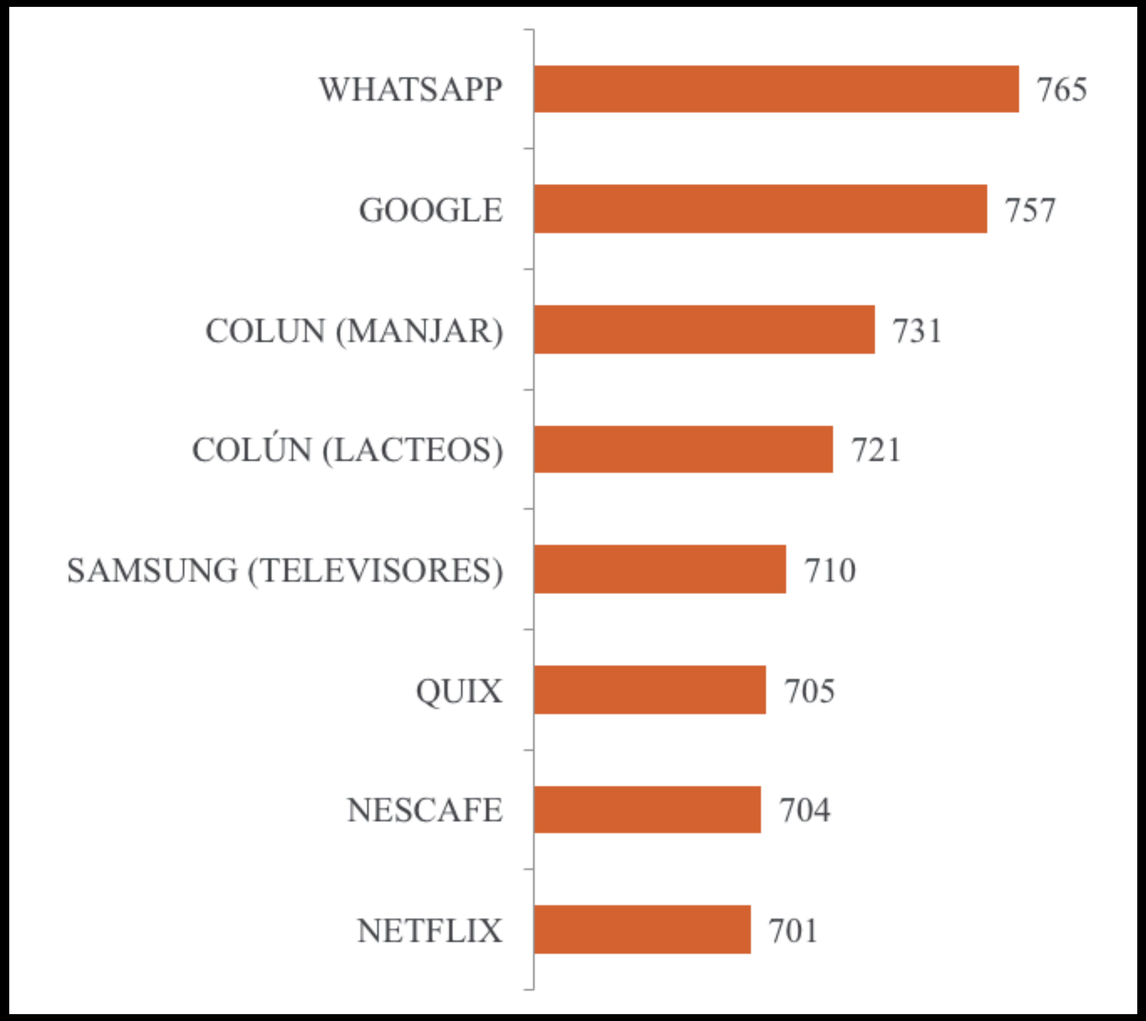


CREA
TIVI
DAD

1. CREATIVIDAD PARA INTERPRETAR DATOS.

MARCAS DE EXCELENCIA 2020:

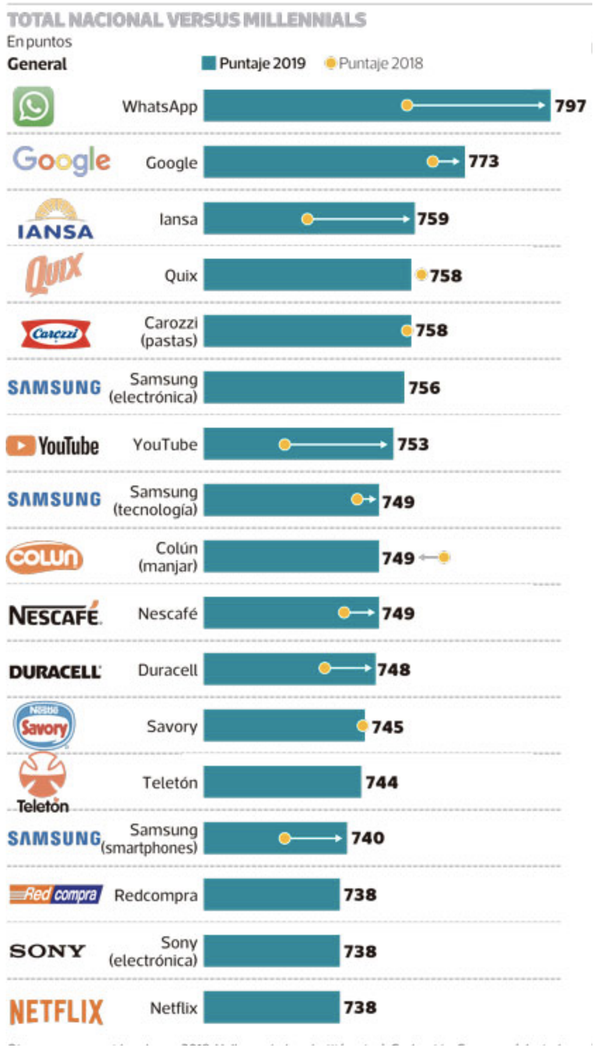
¿QUÉ TIENEN EN COMÚN QUE LAS HACE TAN VALORADAS?



CHILE 3D,
UN AÑO ATRÁS.

RANKING 2019.

CHILE 3D 2019



MARCAS CIUDADANAS 2019

Ranking 2019		Ranking 2018
1		2
2	Google	1
3	COLÚN	7
4	NETFLIX	11
5		4
6	FARMACIAS DEL DR. SIMI	24
7	Lider	10
8	facebook	9
9		26
10		64
11	Teletón	3
12	UBER	5
13	falabella.	23
14		28
15	Coca-Cola	22
16	NESCAFÉ	-
17		19
18		20
19	Nestlé	15
20	cachantun	-
21		30
22	entel	49
23		79
24		27
25		-

BAV 2019

# 2019	MARCAS	BA 2019	BA 2018	# 2018
1		100	99.92	3
2	NIKE	99.83	99.84	7
3	YouTube	99.75	99.76	2
4	COLÚN	99.67	99.67	34
5	Google	99.59	99.59	1
6	SAMSUNG	99.5	99.51	5
7	TRENCITO	99.42	99.42	112
8	adidas	99.34	99.35	6
9	NESCAFÉ	99.25	99.27	33
10		99.17	99.1	44
11		99.09	98.86	32
12	NETFLIX	98.84	98.69	4
13	Samsung GALAXY	98.75	98.53	36
14	SONY	98.67	98.45	48
15	SUPER 8	98.42	98.37	197
16		98.34	98.29	8
17	Colgate	98.26	98.2	38
18	Confort	98.09	98.12	96
19		98.01	98.04	52
20		97.93	97.96	10
21		97.84	97.88	26
22	VIZZIO	97.68	97.8	117
23		97.6	97.71	16
24	LG	97.51	97.63	15
25		97.43	97.55	40

2019:

INDEPENDIENTE DEL RANKING QUE MIREMOS, LOS CONSUMIDORES VALORAN MARCAS QUE PUEDEN RESOLVER SUS PROBLEMAS COTIDIANOS.

- Son útiles
- Son simples
- Son cotidianas
- Son inmediatas
- Son transversales
- Tienen un propósito que beneficia a los mismos usuarios

Las marcas que más valoran los chilenos son las que los acompañan y aportan bienestar cotidiano y les facilitan la vida porque resuelven problemas del día día, de una manera inmediata y simple.

JUSTAMENTE HOY ESTAMOS MÁS CORTOPLACISTAS QUE NUNCA. LAS MARCAS MÁS RELEVANTES SON LAS QUE NOS RESUELVEN PROBLEMAS AHORA YA.

"Hemos saltado a un escenario 24h/7d, por lo que las marcas han debido comprender que deben **estar siempre conectadas**, *con propuestas que ofrezcan valor más allá de lo puramente funcional."*

Alejandra Ferrari, Gerente General de ACHAP

"También ha estado creciendo el nivel de experiencia que busca el consumidor, es decir, qué me entrega la compra de ese producto (...) Ahí aparecen temas de inmediatez, surtido de productos y **abarcar todas las necesidades** *que tienen."*

Matías Puente Solari, Gerente MKT de Walmart Chile

ENTONCES, SI LAS MARCAS MÁS VALORADAS (DE EXCELENCIA) SON MARCAS ÚTILES QUE APORTAN AL BIEN ESTAR COTIDIANO DE LAS PERSONAS.

¿PUEDO COTIDIANIZAR MI MARCA?
AFP?
BANCO?
SEGUROS?
CEMENTERIOS?
CANDIDATO POLÍTICO?

2. CREATIVIDAD EN SINTONÍA CON LA REALIDAD.

DECLARACIÓN DE GASTO:

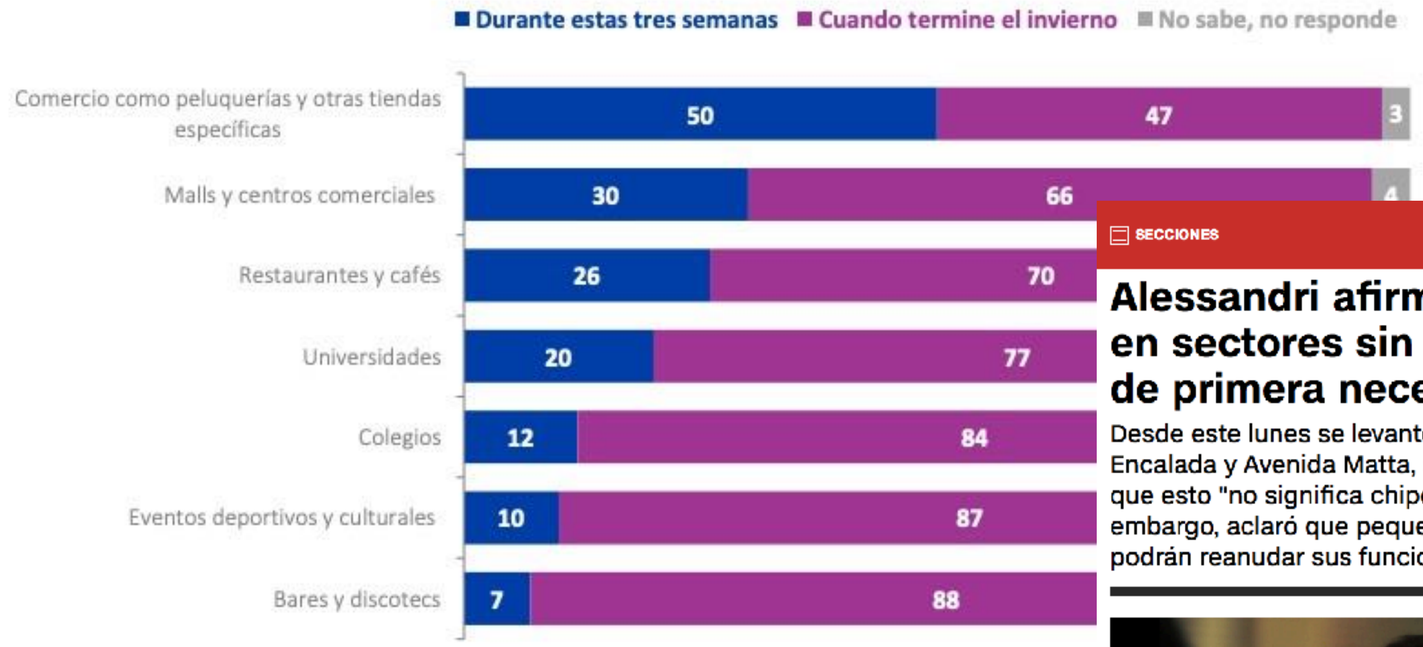
BAJA EL DELIVERY!!!

(Y TAMBIÉN EL ALCOHOL)

PELUQUERÍAS!!!

Reapertura de actividades

¿Cuándo cree usted que sería correcto que el Gobierno autorice la reapertura de...? %



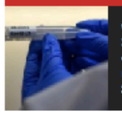
Casos: 709

SECCIONES CNN CHILE EN VIVO

Alessandri afirma que peluquerías podrán abrir en sectores sin cuarentena: "Es casi una cosa de primera necesidad"

Desde este lunes se levantó la medida en las zonas ubicadas al sur de Blanco Encalada y Avenida Matta, en la comuna de Santiago Centro. El alcalde enfatizó que esto "no significa chipe libre" para las personas que residen en el sector, sin embargo, aclaró que pequeños negocios, oficinas y obras de construcción podrán reanudar sus funciones.

DESTACAMOS



Cronología del COVID-19: Todos los hitos claves en Chile y el mundo desde el 31/12/19

Síguenos en nuestro Facebook

Agréganos a tu Twitter

3. CREATIVIDAD PARA UNA NUEVA PROPUESTA DE VALOR.

EXISTE UN INTERÉS POR EL VINAGRE COMO UN MÉTODO PARA DESINFECTAR EN TIEMPOS DE PANDEMIA.

INTERÉS A LO LARGO DEL TIEMPO

Periodo 5 de mayo 2019 al 4 de mayo 2020

FUENTE GOOGLE TRENDS - CHILE

TEMAS RELACIONADOS A LA BÚSQUEDA

1	Desinfección - Tema	Aumento puntual
2	Sistema heterogéneo - Tema	Aumento puntual
3	Compuesto químico - Tema	Aumento puntual
4	Candidiasis - Tema	Aumento puntual
5	Sarna - Tema	Aumento puntual

FUENTE GOOGLE TRENDS - CHILE

Vemos un alza en el interés por el Vinagre y entre los temas relacionados aparece justamente como un "desinfectante".

4. CREATIVIDAD PARA ADAPTARNOS.

concierto

INICIO PROGRAMACIÓN FRECUENCIAS PODCAST NOTICIAS ENTREVISTAS CONCURSOS AGENDA

En medio de la pandemia Teletón 2020 logró superar meta del año pasado

Pese a la pandemia del coronavirus, la cruzada solidaria de la Teletón logró recaudar más de 34 mil millones de pesos.

Teletón

#TodosLosDias

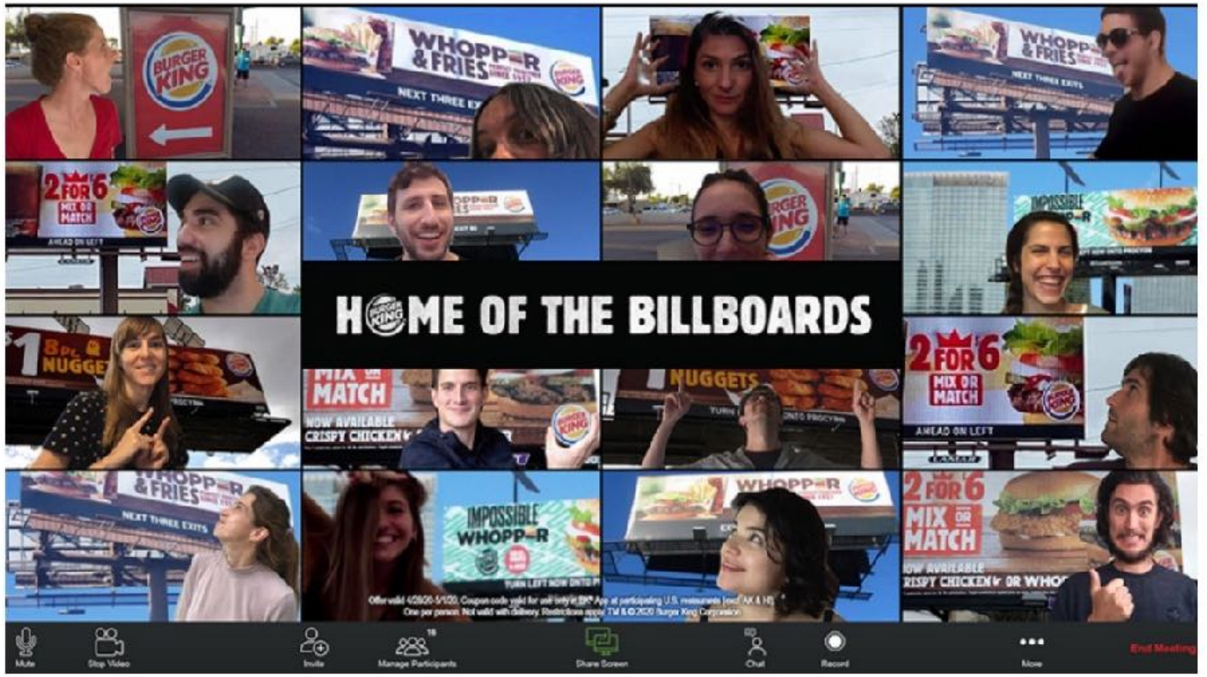
5. CREATIVIDAD RELEVANTE.

ADFREAK

Burger King Offers Free Whoppers for Those Who Use Its Billboards as Zoom Backgrounds

They need to do something with those OOH ads, right?

By Mónica Marie Zorrilla | April 28, 2020



Burger King's latest response to Covid-19 is a campaign—produced in collaboration with David Buenos Aires—that rewards participants with a free Whopper.

Burger King

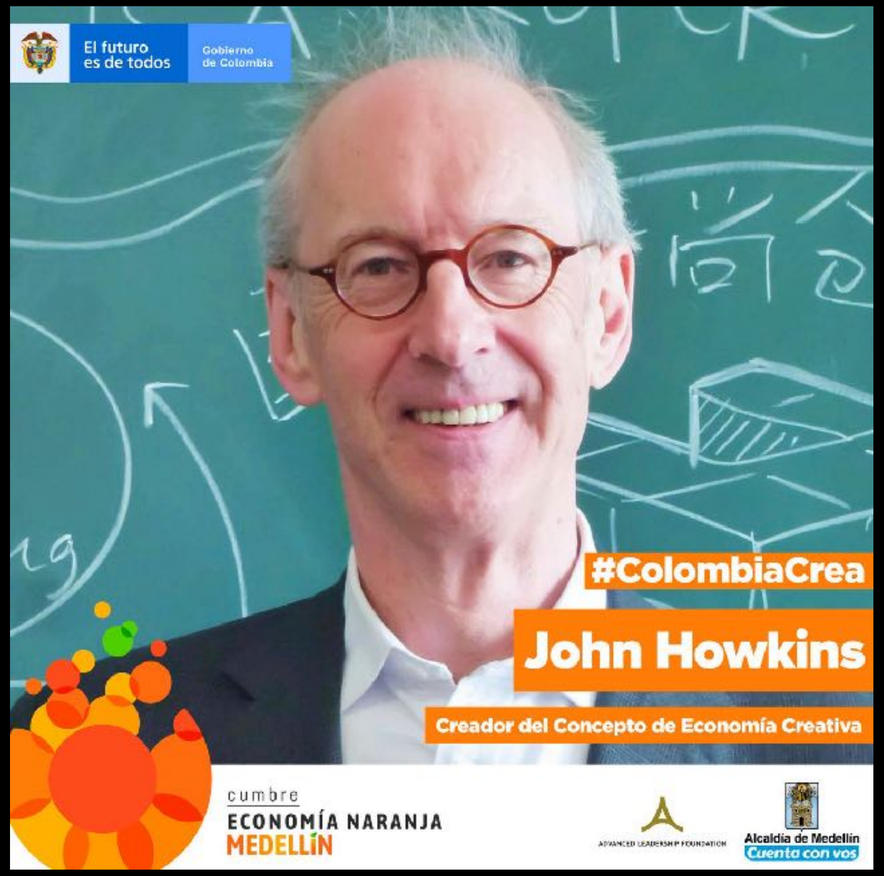
Adweek Fastest Growing - Honoring the organizations, large and small, who have achieved significant growth over the past 3 years. Submit before July 13th.

6. CREATIVIDAD PARA INCENTIVAR LA COLABORACIÓN.

RESERVADO
3 FLETEROS

7. CREATIVIDAD PARA REINVENTAR LA MATRIZ PRODUCTIVA DE UN PAÍS.

La “Economía Creativa”, denominada por su creador John Howkins y también “economía naranja” por Felipe Buitrago, viceministro para la Creatividad y Economía Naranja de Colombia, autor del libro “La Economía Naranja: una oportunidad infinita”.



Y EN CHILE:

La creatividad como “el nuevo petróleo de las sociedades”.

8. CREATIVIDAD PARA SEGUIR VIGENTES.

HOY SOMOS TODOS PROFESIONALES CON UNA INMINENTE FECHA DE VENCIMIENTO.

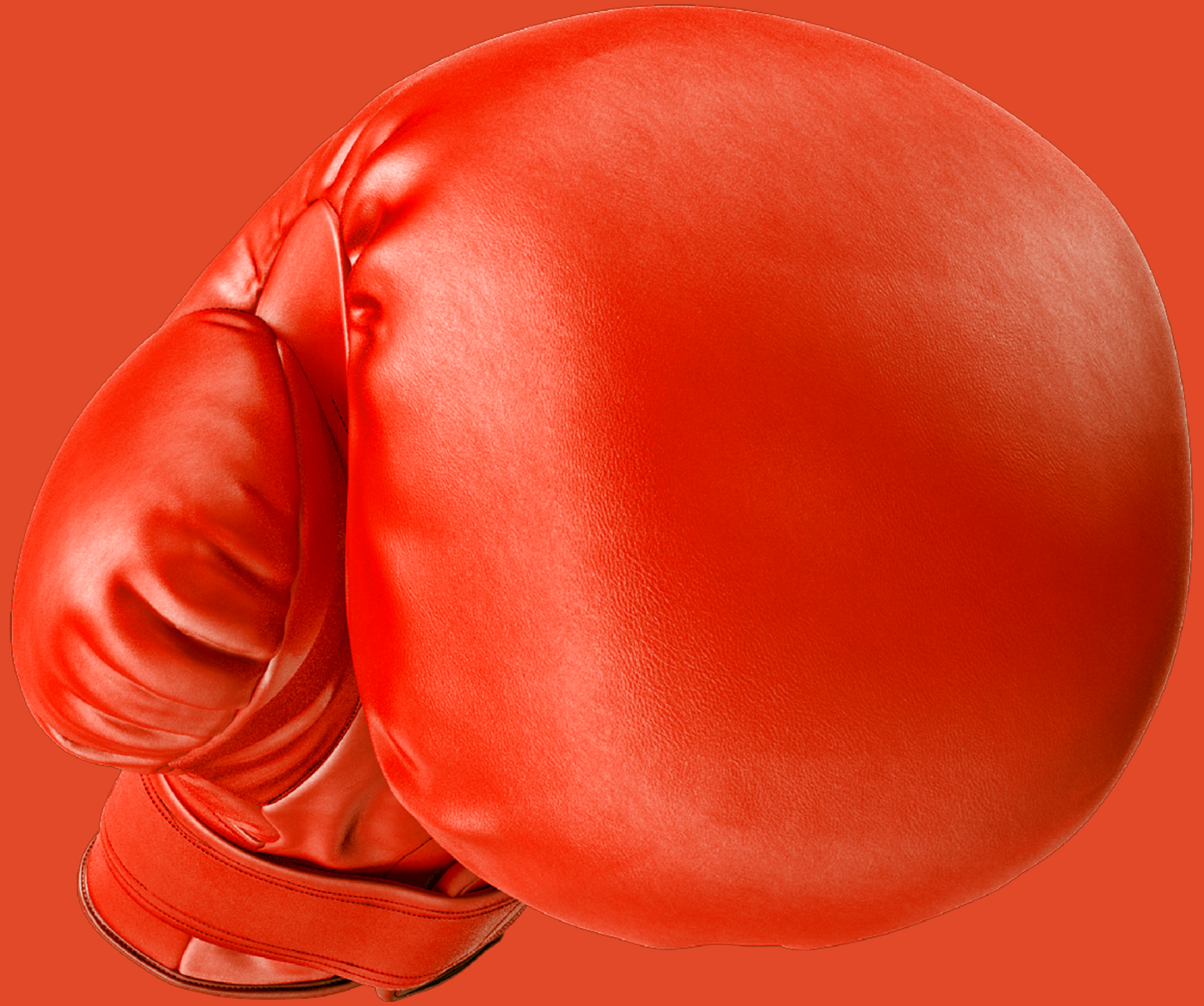
“...mientras las máquinas se vuelvan cada vez mejores en ser máquinas, las personas debemos hacernos cada vez mejores en ser humanos”.
Felipe Buitrago.

“...de poco servirá el diseño de plataformas, las políticas de fomento, el apoyo legislativo y el financiamiento a la capacitación de capital humano, si las personas siguen siendo formadas en las lógicas y paradigmas del pasado”.
Ernesto Osses.

“Lo que hoy sabemos, mañana estará obsoleto. Para estar vigentes debemos actualizar nuestros conocimientos y capacidades todos los días”.
Digo yo.

INVERTIR TIEMPO EN APRENDER COSAS QUE NOS ENTRETIENEN Y QUE AMPLÍAN NUESTROS CONOCIMIENTOS.

Hay una tendencia entre los millennials- sobre todo en tiempos de cuarentena- a aprender sobre diversos temas, en formatos de corta duración y en lenguaje simple y amigable, que les ayudan a entretenerse, ampliar sus conocimientos y a adquirir herramientas para mejorar su calidad de vida.

SI TENÍAS UN PLAN, Y TE LLEGÓ UN COMBO EN LA CARA,

PONTE CREATIVO.