



Hataclaps

¿Quiénes somos?

Hataclaps es la consultoría clave para el desarrollo y la expansión de todo tipo de empresas, basándose en información real, cualificada y de alto valor añadido.



Hataclaps es una consultoría especializada en análisis y estudio del comportamiento del consumidor que transforma datos e información, y la información en insights, dando soluciones reales a problemáticas y dudas planteadas por nuestros clientes.



Proponemos una solución integral basada en una metodología de investigación que se compone de 3 fases y que aporta al cliente un estudio transversal, proporcionando respuestas concretas.



Nuestra metodología de trabajo permite a la empresa analizar su entorno y competencia, entendiendo la situación y necesidades de sus clientes, sus inquietudes, sus anhelos y motivaciones.



Convertimos los datos en información que posibilitan la toma de decisiones con criterio, basándose en datos objetivos, consiguiendo maximizar el retorno antes incluso de lanzar un producto.



Proporcionaremos a nuestros clientes todas las herramientas necesarias para aprovechar las oportunidades del mercado, creando un discurso convincente y elaborando una estrategia empresarial con información verídica y de primera mano.

¿Qué hacemos?

Utilidad. Para qué sirven nuestros servicios.

Para conseguir un nuevo producto o servicio desarrollado teniendo en cuenta el feedback de la audiencia actual y potencial, basándose en esa información totalmente cualificada, exclusiva y de alto valor añadido.

- Para conseguir un grado de innovación y utilidad superior al del resto de la competencia.
- Para desarrollar e invertir los recursos con criterio, sabiendo qué es lo que nos demanda el mercado y nuestra audiencia.
- Para comprender mejor las motivaciones, preocupaciones y necesidades de nuestros potenciales compradores, adaptando nuestra estrategia a sus deseos de compra.
- Para situar a la empresa en el top of mind del consumidor.
- Para empresas que quieran convertirse en referentes, que le den importancia al branding y al reconocimiento de sus productos y/o servicios.

¿Por qué nosotros?

Porque proporcionamos información traducida a insights y consejos de valor que permiten a nuestros clientes ir un paso por delante de su competencia.

En concreto, nuestro valor añadido se basa en:

- 1 Conectamos a las empresas con su público potencial.
- 2 Customizamos el discurso y el argumentario de la empresa para adaptarlo a las necesidades reales de sus clientes.
- 3 Involucramos a los clientes en las grandes temáticas de la empresa, para conocer de una forma directa sus necesidades reales e inquietudes.
- 4 Obtenemos una segmentación real gracias a nuestros procesos, la cual nos permite conocer los diferentes tipos de público que forman el target de nuestro cliente.
- 5 Descubrimos insights, tendencias, detectamos oportunidades y testeamos nuevas ideas.
- 6 Creamos un impacto positivo en la imagen social y corporativa de la empresa.

NUESTRA METODOLOGÍA

Nuestra metodología

Escucha activa en redes sociales
Opiniones espontáneas.



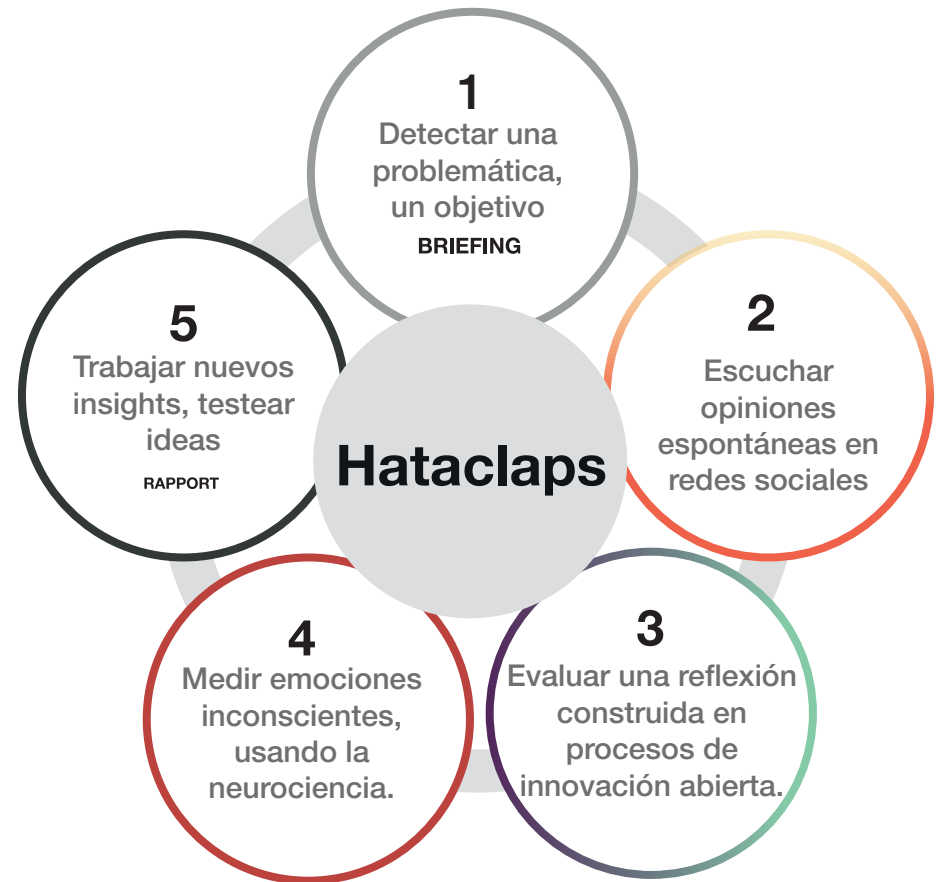
Innovación abierta
Reflexiones construidas.



Neuromarketing:
Emociones inconscientes.



Focus convergente de
indicios para la toma
de decisiones.



RESULTADOS
ESPERADOS

-

CASO DE
ÉXITO

Resultados esperados - Casos de éxito:

CASO 1. Manuel Valls, candidato a la Alcaldía de Barcelona

La metodología aplicada y las herramientas utilizadas nos permiten obtener información vital para la toma de decisiones, información esencial para montar una campaña y un plan de ruta que permite obtener una ventaja competitiva sobre el resto de candidatos.

Hataclaps trabajó para Manuel Valls, el candidato a la Alcaldía de Barcelona. Gracias a nuestra asesoría, Manuel Valls pudo construir un discurso basado en las preocupaciones y los anhelos de los ciudadanos, proporcionando una composición de situación global, tanto de su competencia como de la opinión de los ciudadanos en diversas materias.

https://hataclaps.com/assets/img/informe_analisis_mayo_2.pdf

CASO 2. Affinity - Estudio de hábitos de consumo

Desarrollamos un sistema de Design Thinking 360° que nos permitió gracias a la escucha en redes sociales, obtener un feedback directo del consumidor para el desarrollo de nuevos productos para mascotas. La innovación abierta y el Neuromarketing posibilitaron la creación de un informe a medida que se usó como herramienta estratégica para la toma de decisiones.

<https://drive.google.com/file/d/1EhT1ycnYy20GpmYlfmdcRT07zxTugJDe/view?usp=sharing>

CASO 3. COVID y Restauración - Estudio sobre el impacto del COVID en el sector.

Realización del retrato del cliente del sector de la restauración en la fase del desconfinamiento, segmentando el estudio por géneros, edad, ticket medio comercial, residencia geográfica y tipo de consumo. Establecimos las conclusiones principales teniendo en cuenta las motivaciones que incentivaría la vuelta a los establecimientos tras la fase del confinamiento.

https://drive.google.com/file/d/1-HgX9yAxLFvFx_jpqFs80rSYKgHSOK8S/view?usp=sharing

¿Cómo trabajamos?

De una forma más específica, los resultados esperados se concretan en los siguientes puntos.



Análisis del entorno y del público potencial



Nos servirá para conocer mucho mejor la audiencia.



Escucha en redes sociales y seguimiento de la actualidad



Nos servirá para establecer el contenido de la estrategia corporativa.



Descubrimiento de las necesidades reales y las inquietudes del público potencial



Nos servirá para definir el tipo de estrategia flexible que debemos aplicar para conseguir un mayor impacto y una mayor notoriedad.

**OBJETIVO
FINAL**

Objetivo final

- 1 Evaluar lo que nuestros cliente opinan de aspectos particulares relacionados con la empresa y su entorno. La información obtenida a través de este análisis ayudará a crecer y enriquecer el argumentario y el discurso corporativo.
- 2 Disponer de información real, útil y en exclusiva sobre las inquietudes y motivaciones de nuestro público potencial, para poder crear un contenido y un argumentario útil tanto a nivel corporativo, como para el testeo o lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
- 3 Desarrollar una estrategia coherente con la información conseguida, para optimizar recursos, mejorando considerablemente las posibilidades de éxito.
- 4 Desarrollar nuevos productos y servicios basándonos en el feedback real de nuestra audiencia, desarrollando en base a sus inquietudes y necesidades, aumentando las posibilidades de éxito de forma exponencial.
- 5 Hacer un seguimiento reputacional de la compañía, para entender tanto a la audiencia, como al entorno y a la competencia.
- 6 Potenciar el branding de la empresa, para generar empatía con el público potencial sin dejar de lado a nuestro actual público, al que deberemos fidelizar.
- 7 Descubrir nuevas ideas, productos o servicios que a los clientes les gustaría que se implementaran.
- 8 Convertirse en referente en el sector en productos y/o soluciones innovadoras.
- 9 Ganar a la competencia.
- 10 Disponer de Hataclaps como partner estratégico que de forma constante actualice la información de la audiencia actual y potencial, para adaptar la estrategia y los planes de acción a la realidad y las inquietudes del target.



Hataclaps

Por teléfono 934 567 890

Por correo proyectos@hataclaps.com