



SYNERGIA Imagen.

La imagen se ha transformado en un elemento central; adquiere una relevancia fundamental al momento de la toma de posiciones o en la simple elección de un producto. Por tal motivo, es importante pensarla y monitorearla constantemente.

ESTUDIOS

■ ESTUDIO DE IMAGEN

(Empresas, organismos, clubes) Análisis de los componentes que construyen la imagen de una empresa, Marca, funcionamiento/prestaciones, diferenciación respecto de sus competidores, imaginarios construidos.

■ POSICIONAMIENTO ORGANIZACIONAL

Dónde observan a la empresa, desde dónde la observan, y dónde deseamos que la observen.

■ ESCENARIOS (SOCIO-POLÍTICOS Y ECONOMICOS)

Análisis de la puesta en juego desde el contexto sociopolítico y económico. ¿Quiénes son los actores? ¿Cómo actúan? Relaciones, interrelaciones, mapa de poder, impactos en los medios y en agenda mediática. Estudio clásico para grupos económicos o personas con alto nivel en la toma de decisiones político o empresarias.

■ EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS

Mide el grado de impacto y asociación de una campaña publicitaria. Qué conceptos, valores y motivaciones se desprenden.

Grado de identificación producción – marca. Análisis de marcas y huellas discursivas.

■ USABILIDAD

Análisis cualitativo de su sitio web, observando y estableciendo regularidad en los recorridos. Midiendo impactos, hábitos de uso, comodidad, incomodidad e información brindada. La conducta del navegante es observada y medida; esto ayuda a diseñar un site adaptado a las necesidades del visitante target, además de producir una merma en el presupuesto de su realización.