



aga marketing
increasing marketing effectiveness®



Estimados Amigos:

En Aga Marketing, como todos los jueves, continuamos presentándoles artículos de temas relacionados con las nuevas tendencias en Marketing, Negocios, Investigación de mercados entre otro.

En Marketing gustativo no todo es el sabor... o si

Artículo Adaptado por AGA Marketing
Autor: Blogs.icemd

Los colores constituyen hábitos aprendidos de antemano por el consumidor. Por eso, el cliente tiende a rechazar sistemáticamente los alimentos de colores no naturales. El color verde se asocia con los sabores ácidos y el amarillo con el aroma a limón o vainilla. Es muy poco probable, por ejemplo, que las patatas azules triunfen algún día entre los consumidores.



INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones



aga marketing
increasing marketing effectiveness®

15

Aniversario
1998-2013



aga marketing
increasing marketing effectiveness®



Hay marcas que juegan constantemente con los sabores personalizados y únicos como compañías de yogures, Lays, Pringles, y McDonald's, esta última el año pasado lanzó "El Reto McDonald's 2012" que consistía en que los propios clientes fueran los encargados de diseñarlas.

Incluso hay diseños especiales de cucharas para estimular las papilas gustativas y dar al acto de comer una nueva dimensión. Jinhyun Jeon, una diseñadora basada en Holanda sí lo ha hecho y desarrolló toda una línea de cubiertos para la mesa que juega con diferentes factores como temperatura, color, volumen, peso, forma y tacto, con los objetivos de que estimulen nuestros sentidos al comer. La idea es potenciar estos utensilios aprovechando el principio de la sinestesia, donde el estímulo a un sentido puede afectar a otro o varios sentidos a la vez.

Pero no solo se juega con el sabor en los alimentos y bebidas. Los fabricantes de cigarrillos que incluyen ciertos ingredientes que le comunican sabores diversos a los humos que absorbe el fumador, incrementando el placer que disfrutan al fumar. Incluso los laboratorios farmacéuticos han visto que una medicina con un sabor desagradable puede ser sustituida por otra con un gusto más agradable. Por lo tanto algunos de los productos medicinales de uso común han tenido que encontrar sabores más aceptables para los pacientes con el fin de incrementar sus ventas.

Otro buen ejemplo tiene que ver con el área cosmética pues muchos de los fabricantes de cosméticos optaron por añadir esencias a algunos de los productos labiales para lograr capturar la preferencia de las consumidoras, ofreciendo brillos con múltiples sabores, con el fin de convertir el arte de maquillar en una experiencia sabrosamente placentera.

INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones



aga marketing
increasing marketing effectiveness®

15

Aniversario
1998-2013



aga marketing
increasing marketing effectiveness®



Esperamos que este artículo haya sido de su total agrado, por lo cuál nos ponemos a sus órdenes para ampliar este tema por los medios que sean más convenientes.

Nuestro próximo tema será de gran interés para ustedes, el cuál enviaremos en las próximas semanas.

Le saludamos sus amigos de **AGA MARKETING**.

Síguenos en:



INVESTIGACIÓN

- Participación de mercados
- Atractividad de mercados
- Satisfacción del cliente
- Pruebas de producto
- Sesiones de grupo
- Monitoreo de precios
- De competencia
- Imagen y posicionamiento
- Test publicitarios
- Estudios Ad-hoc

CONSULTORÍA

- Branding
- Marketing plan estratégico
- Expansión y diversificación
- Conocimiento de mercado
- Lanzamiento de productos
- Cursos de marketing

COMUNICACIÓN

- Conceptos creativos
- Desarrollo de campañas
- Diseño gráfico
- Trade marketing
- Eventos y convenciones



aga marketing
increasing marketing effectiveness®

15

Aniversario
1998-2013