

05

El valor de
la innovación



La diferencia genera ventajas

**“Los detalles hacen la perfección y,
la perfección no es un detalle”**

- Leonardo Da Vinci -







En **SOMOSUNO** respiramos innovación. Nuestro compromiso con el éxito del Marketing Promocional de nuestros clientes es absoluto y no nos basta con hacer bien nuestro trabajo, buscamos la perfección. Por eso, mejoramos de forma continua y constante los procesos, métodos, las técnicas y herramientas que utilizamos.

Observamos y cuestionamos los retos de cada campaña, cultivamos el pensamiento creativo y conectamos con nuevas formas para resolverlos, asociando experiencia y conocimiento con acciones colaborativas que nos llevan a cumplir los objetivos. Al terminar, analizamos los resultados y comenzamos el proceso de nuevo.

“Hacerlo aún mejor” es el disparador que nos impulsa y, en esta búsqueda insaciable por alcanzar la perfección, la innovación terminó por instalarse en nuestro ADN. Ahí radica nuestro uniqueness, es decir, el diferencial de **SOMOSUNO**, lo que nos hace únicos.

La ventaja competitiva que nos distingue la trasladamos también a nuestros clientes. Innovamos en cada proyecto identificando



las oportunidades que permiten desarrollar una diferenciación, lo cual se refleja en resultados que exceden las expectativas, tanto de marcas como de consumidores.

Para lograrlo, activamos lo que llamamos: Metodología de Diferenciación. Compuesta por tres elementos clave: **Producto, experiencia y marketing.**

Analizamos el producto desde el punto de vista de su consumidor -o su potencial consumidor-. Revisamos precio y valor; beneficios, desempeño o funcionalidad; empaque; disponibilidad y ubicación de los puntos de compra.

Evaluamos la experiencia del consumidor, tanto la actual cómo la deseada; cuáles son las emociones que se generan y las que deseamos generar; los procesos que se involucran para que el producto llegue a sus manos; el grado de satisfacción con el servicio y atención al cliente.

Todos los elementos que se ven involucrados en la experiencia de compra son desmenuzados por

nuestras células de inteligencia, con el fin de identificar las oportunidades que nos llevarán a mostrar o bien, crear diferenciales.

En el proceso de Marketing revisamos los aspectos que se relacionan con la marca, su conexión con los consumidores y los alcances de la estrategia promocional; el posicionamiento, actual y deseado; las acciones de branding; los medios a través de los cuales se comunican los mensajes; resultados de campañas previas.

Los datos obtenidos son procesados para su análisis y al terminar, elaboramos un reporte de situación actual -de carácter interno-, lo cruzamos con el racional creativo y determinamos cuáles son los diferenciales, tanto del producto, cómo de la campaña o la activación.

En **SOMOSUNO** elevamos de forma continua los estándares de nuestro trabajo. La Metodología Diferencial aporta valor al Marketing Promocional de nuestros clientes y lo hace de una forma única: a través de la innovación.





