

ANÁLISIS CONJOINT

El Análisis Conjoint (AC) permite a las empresas aumentar la eficacia de sus acciones de estrategia de producto, puesto que mide la sensibilidad de los clientes hacia determinados atributos que definen un producto, y determinar su valor percibido.

PASOS DEL AC:

- Identificación de las variables y categorías que definen un producto/servicio y selección de público objetivo. → *Trabajo conjunto con el cliente.*
- El AC selecciona las alternativas/combinaciones de productos/servicios representativas. → *Tarjetas de producto.*
- Trabajo de campo: el consumidor ordena los productos presentados en base a sus preferencias.
- Informe de resultados. Clave para orientar la estrategia de diseño de un producto y/o servicio.

INFORMACIÓN ESTRATÉGICA:

- Importancia de cada variable sobre las preferencias del cliente.
- Utilidad relativa de cada nivel de cada variable.
- Deseabilidad: Valor Percibido de cada uno de los productos posibles.
- Intención proyectiva de contratación asociada a cada producto.
- Diferencia de Valor Percibido e Intención de Contratación respecto al producto ideal.