

TSI Category Story Sheet®

Cómo convertir sus directrices estratégicas de Marketing en acciones impactantes en el punto de contacto

En nuestra Shopsumer Activation Strategy®, aplicamos la CATEGORY STORY SHEET® como una de nuestras herramientas esenciales para paulatinamente diseñar tanto un Plan de Marketing rentable como una interacción relevante y holística con el Shopsumer para asegurar que su compañía gana la batalla para conseguir su máxima involucración contra todos los competidores.

La versión básica de la CATEGORY STORY SHEET® se divide en dos grupos de variables que reflejan todos los medios que se pueden activar para estimular al Shopsumer en los diferentes puntos de contacto a lo largo de su path-to-purchase. Las primeras 7 variables se dirigen a la interacción directa con el Shopsumer ("Shopsumer touchpoint"), mientras las segundas 7 variables guardan una relación indirecta con el Shopsumer ("retail customer") a través de determinadas actividades comerciales hacia el distribuidor. La hoja final se elabora en 3 pasos:

OUR UNIQUE POSITIONING			
Our value at the Shopsumer touchpoint		Our value for retail customers	
Assortment	<input type="text"/>	Product	<input type="text"/>
Placement	<input type="text"/>	Conditions	<input type="text"/>
Price	<input type="text"/>	Customer Service	<input type="text"/>
Promotion	<input type="text"/>	Logistics	<input type="text"/>
POS-Material	<input type="text"/>	In-store activation	<input type="text"/>
New Product Launch	<input type="text"/>	Training	<input type="text"/>
Web 2.0 / Social nets	<input type="text"/>	Digital Communication	<input type="text"/>

- Selección de las variables clave:** contrastando el comportamiento de su empresa en la categoría con el de sus competidores, se eligen o realzan las principales variables para diferenciar su planteamiento de activación de estos (+/0/-).
- Definición del objetivo de activación:** para cada una de las variables seleccionadas se define un objetivo específico y un indicador clave en relación al cómo y en qué punto de contacto contribuye a la satisfacción del Shopsumer así como el mensaje principal que se tiene que transmitir.
- Detallar el plan de acción:** se definen acciones concretas por cliente, marca, producto y período (=> ver Paso 5 de la Shopsumer Activation Strategy®).

La versión básica de la CATEGORY STORY SHEET® se puede adaptar a las necesidades específicas de su empresa en cuanto a la relevancia de determinados puntos de contacto en el path-to-purchase en su categoría o sector concretos, por ejemplo la relevancia de personas de influencia o factores más relacionados con el producto o la publicidad (p.e. diseño del packaging o formatos, mensajes claves en el punto de venta y en la publicidad de televisión etc.).

¡La CATEGORY STORY SHEET® es la explicación exhaustiva de su Marketing Plan completo y asegura la alineación de todas las funciones comerciales!