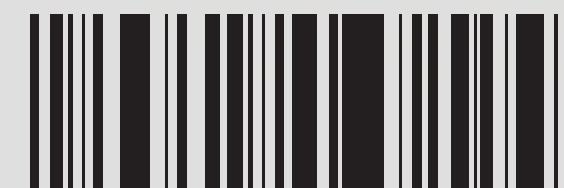


IMOP INSIGHTS

Ofreciendo conocimiento para la toma de decisiones

Desde 1985





NOS GUSTA LA INVESTIGACIÓN

... nos encanta ayudar a las marcas...

↑ ... a establecer su hoja de ruta.

👤 ... a conectar con sus clientes.





↓ ... a incorporarse a la vida de la gente.



LA GESTIÓN DEL CAMBIO

A dónde vamos
Con qué herramientas

CULTURA ...

-  Innovadora
-  Mentalidad abierta
-  Flexible, curiosa
-  Rigurosa



Necesidades primarias

El producto



Necesidades empáticas e intelectuales

La personalidad de la marca / Las experiencias asociadas al consumo


COMPRENDER

Una pregunta se puede responder de muchas formas, con lo evidente o con conocimiento que facilite aprender y avanzar por el mejor camino.

Ofrecemos insights de valor, aportamos conocimiento y comprensión en un entorno que cada vez cambia a mayor velocidad. **Analizamos el contexto para dar la mejor respuesta a cada porqué.**

 Insights de valor

 Conocimiento

 Comprensión



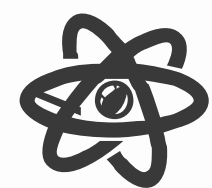
Rigor

Trabajamos con observaciones, datos y elementos de contexto **fiables y representativos** de los segmentos de clientes o perfiles sociales que queremos estudiar.



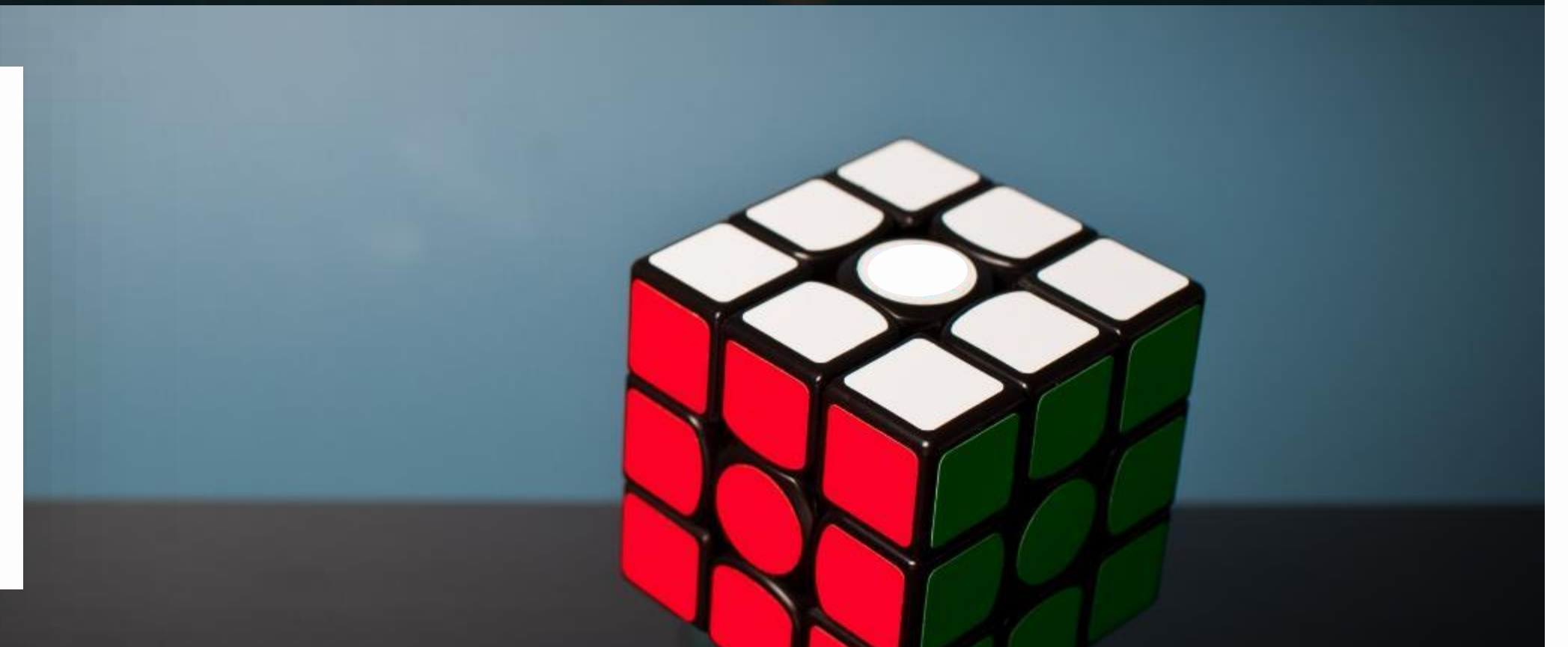
Innovación

No innovamos solo en las formas, innovamos en los procesos para seguir siendo rigurosos en un mundo que cambia continuamente.



Análisis Accionable

Conocer para poder intervenir. Nuestro análisis genera conocimiento útil para motivar, diseñar acciones, servicios o productos acordes a las necesidades y experiencias de los consumidores y usuarios.



MÁS QUE PROVEEDORES



Flexibilidad

La palabra “estándar” no está en nuestro vocabulario. IMOP Insights se adapta a las necesidades del cliente y no el cliente a soluciones rígidas preestablecidas.

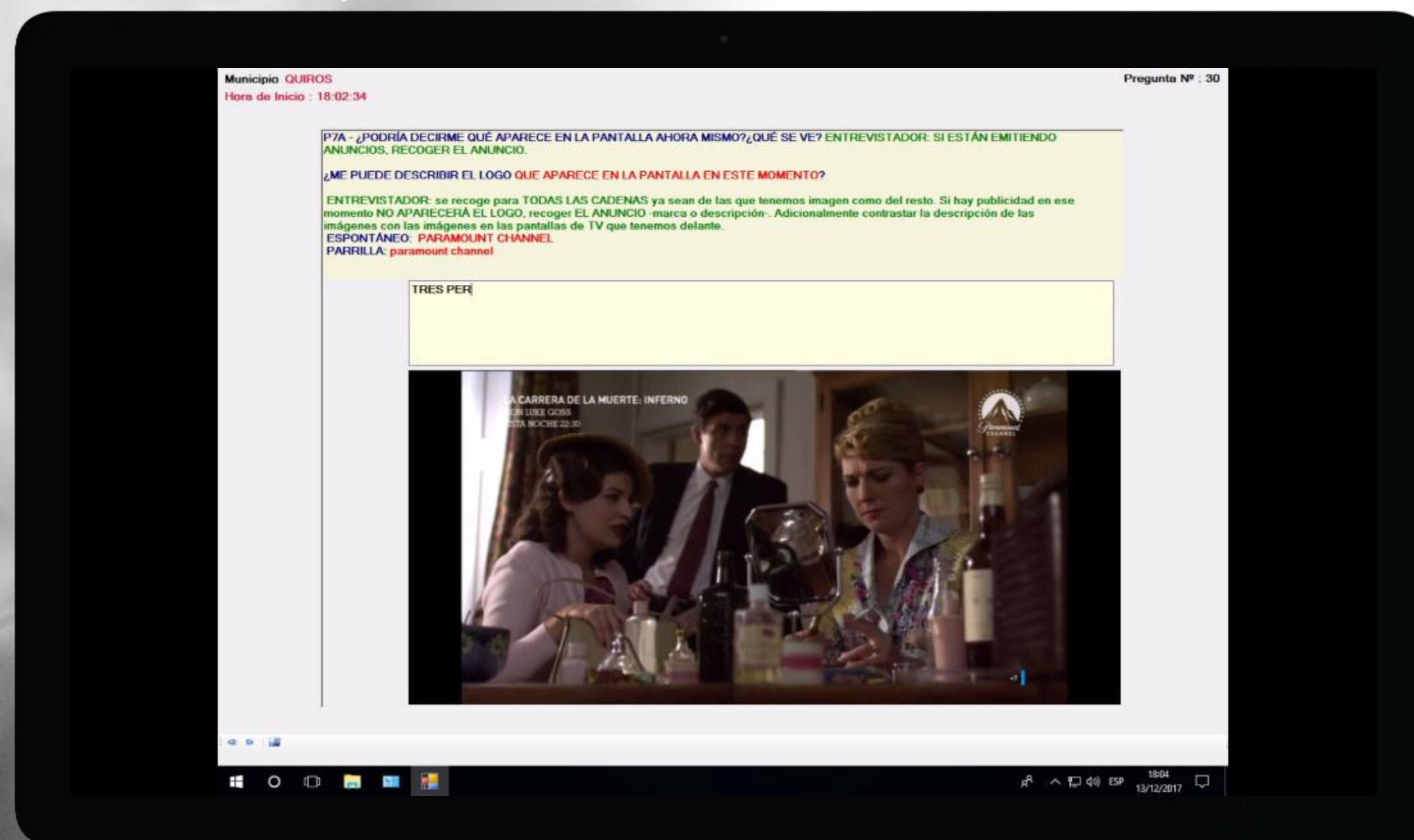
Somos flexibles en tiempo, procesos y métodos.



Transparencia

Estamos orgullosos de nuestro trabajo, por eso queremos que nos vean trabajar.

Nuestros clientes tienen acceso a todo el proceso de trabajo, pueden realizar si lo desean seguimiento desde su lugar de trabajo.



SOLUCIONES A LA CARTA IMOP

Software propio

Contamos con un software propio, que permite ajustar al máximo las características de la encuesta a las particularidades del estudio: ¿Qué el encuestador pueda ver en su monitor el mismo canal de televisión que está viendo la persona entrevistada en su televisor?, lo hacemos.



Cambio Social.
Estudios de tendencias



Estudios políticos.
Encuesta electoral.



Hábitos de consumo.
Estudios actitudinales-
marca.



Estudios de audiencias.
Análisis de medios:
imagen, producto...



EXPERTOS EN ANÁLISIS

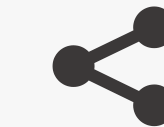
Aplicamos nuestro expertise
a diversidad de estudios.



Design thinking



Notoriedad y recuerdo
publicitario.



Usabilidad



Mapa de empatía



Experiencia de usuario



NUESTRAS HERRAMIENTAS

En el cuantitativo, evolución e integración

La materia prima es el éxito de un buen cocido.
¡¡Los primeros en incorporar el móvil a la investigación!!



CATI

135 puestos para encuesta telefónica. Encuestas en castellano, catalán, euskera y gallego. Madrid y Barcelona



EMOP

Panel online propio de IMOP Insights. Representativo de la población internauta nacional.



CAWI

Plataforma propia de IMOP Insights para encuestas online a públicos específicos de bases de datos.



CAPI

Recogida de encuestas presenciales a través de tablet y smartphone conectadas en tiempo real a nuestros servidores.

EN LO MÁS “QUALI” TRADICIÓN E INNOVACIÓN NOS AYUDAN A ENCONTRAR LOS INSIGHTS SIGNIFICATIVOS



Entrevista en profundidad



Ethnographic home



Focus Group



Round Robin



Minigrupos y grupos triangulares



Talleres cocreativos-grupos creativos



Eye tracking interview



Visual notepad



Workshop



Think Thanks



Design Thinking



Entrevista reflexiva

CLIENTES



Diversidad

Aprendemos cada día de la diversidad de nuestros clientes



Mirada global

Una diversidad que nos obliga a enfocar los fenómenos desde perspectivas muy diferentes, lo que nos ayuda a tener una mirada global.

Nos entrena en la adaptación y en el aprendizaje continuo.

CONFÍAN EN NOSOTROS, DE MUESTRA UN BOTÓN



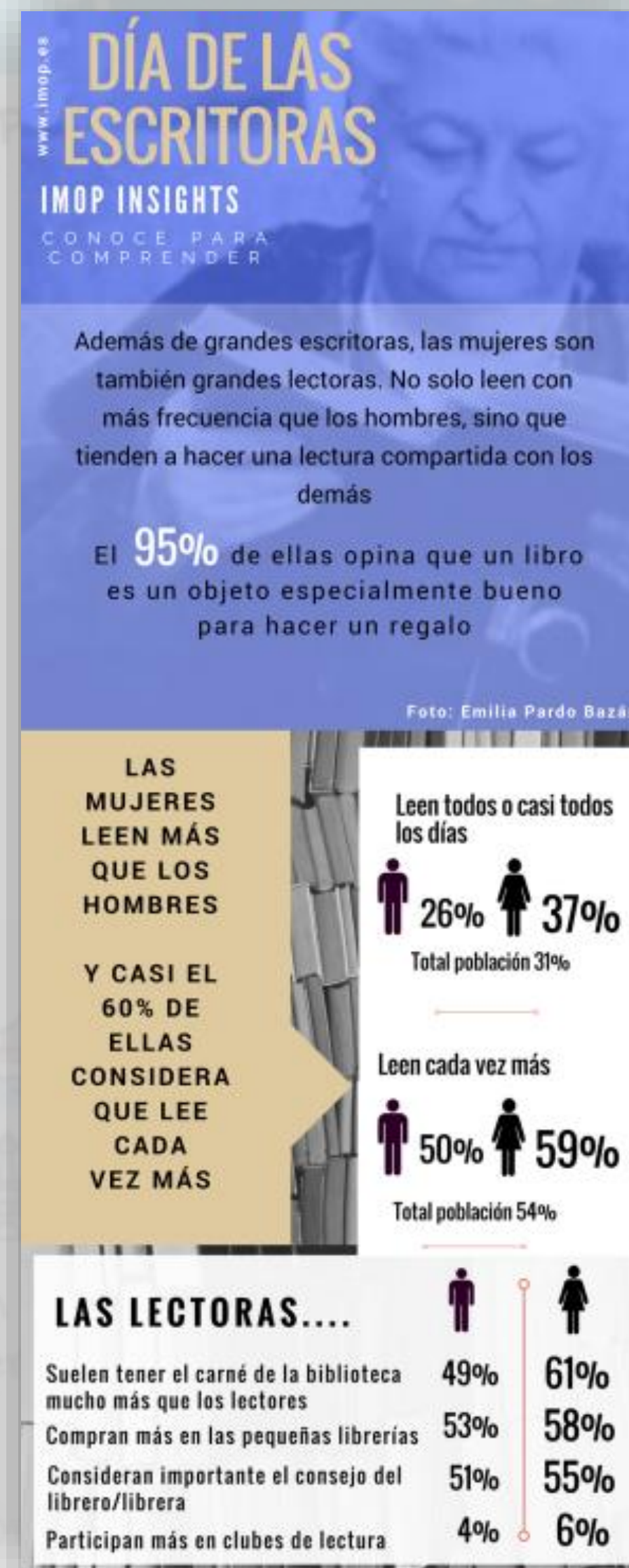
ENTREGABLES



Nos encanta nuestro trabajo y nos gusta que se conozca.



Además de los informes analíticos, los resultados más relevantes los entregamos en formatos sencillos, visuales, que ayuden a transmitir la información dentro de la organización.



vacaciones de verano

¿Por qué no van de vacaciones?

- Tiene que trabajar en verano: 22,1%
- Motivos económicos: 21,9%
- Cambio de situación personal: 6,7%
- Nunca va de vacaciones: 6,0%
- Motivos de salud: 5,3%



Van después del verano: 24,2%

¿Por qué van de vacaciones?



A su lugar de vacaciones de siempre: 2ª residencia, al pueblo, etc. 37,5%.

... todo dentro de España y a segundas residencias. Los años son los que más viajan al extranjero y a partir de los 55 años se viaja más a una segunda residencia.

» RTVE » Comunicación RTVE

CASAS REALES REINA LETIZIA

España los andal

RTVE e IMOP Insights se alzan con el premio a la Mejor Ponencia en el congreso AEDEMO TV 2017

► Roberto Sánchez (RTVE) y Concha Gabriel (IMOP Insights) son los autores de la ponencia 'El seguimiento de series: nuevos espectadores y comunidades dentro y fuera de la televisión'

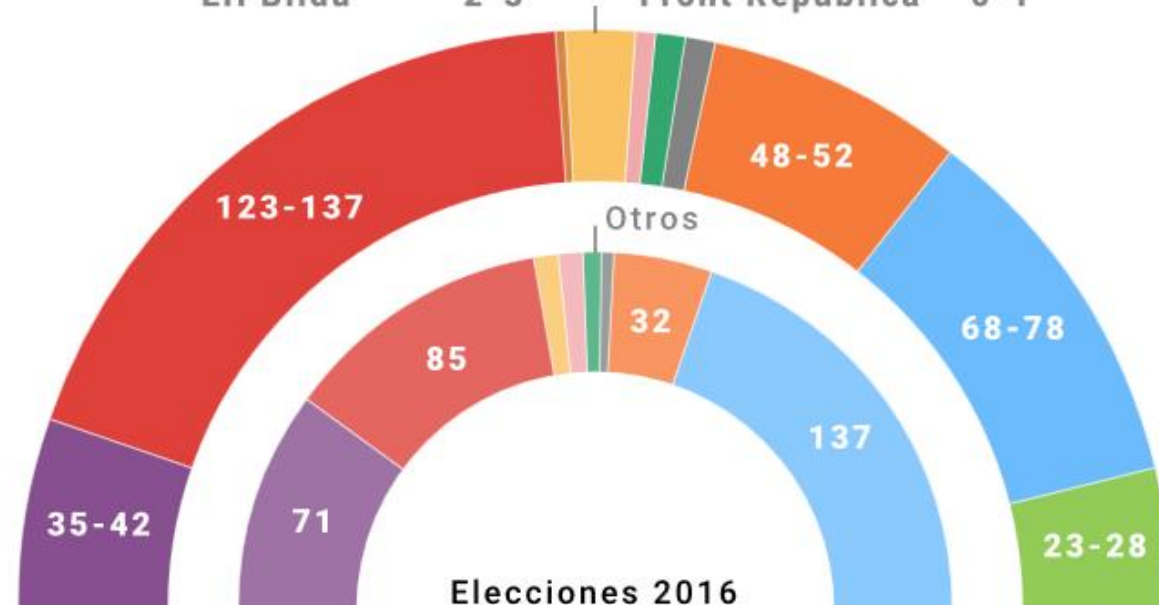
► El 33º congreso AEDEMO TV se celebró la semana pasada en León

14.02.2017 | actualización 17:12 horas Por PRENSA RTVE

TRACKING EL CONFIDENCIAL

ESTIMACIÓN DE HORQUILLA DE ESCAÑOS POR PARTIDO

ERC	13-14	Navarra Suma	2
PNV	6	CC	1
JxCat	4-5	BNG	0-2
Compromís	2-3	PACMA	0-1
EH Bildu	2-3	Front Republicá	0-1



Encuesta: IMOP Insights

IMOP INSIGHTS EN MEDIOS

LAS
EN EL
HACI
CON
E IDE



INFORME

CON
EN I



madridsa



ESTUDIOS

La realidad de la cirugía estética en España 2014

Estudio Nacional
de la Sociedad Española
de Cirugía Plástica,
Reparadora y Estética
(SECPRE)

secpre

Sociedad Española de Cirugía
Plástica Reparadora y Estética



TUS INTERLOCUTORES



Isabel Peleteiro
Psicóloga Social
Socia fundadora.
Directora General



Concha Gabriel
Socióloga
Directora General
Adjunta



Diego Herranz
*Sociólogo y Licenciado en
dirección de cine.*
Director Unidad
Análisis del
Comportamiento



Sara P. Varela
Matemática
Directora Técnica



Marta Almendral
Estadística
Directora de Estudios
Continuos

EXPERIENCIA

La amplia experiencia de IMOP Insights en la realización de estudios de audiencias tanto digitales como en papel nos ha obligado a ver las dificultades de acceso a los medios digitales por parte de la gente mayor.

Por otra parte, hemos podido analizar la experiencia de cliente en la página web de RTVE.

También hemos realizado estudios de mayores para la Cátedra de la Cruz Roja de la Universidad de Santiago y para la ONCE.

Muchas gracias



Madrid

Antracita 7, 4ª planta, 28045
tel.: 91 457 00 22
fax: 91 468 23 63

Barcelona

Ronda St. Pere, 13 – 4º 1ª, 08010
tel.: 93 500 66 50
fax: 93 500 66 59

imop@imop.
es

Imop.es



**INNOVATE
MEASURE
OPTIMIZE
PURPOSE**