



The Nielsen Company  
Blvd. Ávila Camacho 191 (Esq. Horacio),  
Piso 8, 11510, México, D.F.  
www.nielsen.mx.com

## Boletín de Medios

### CONTACTO(S):

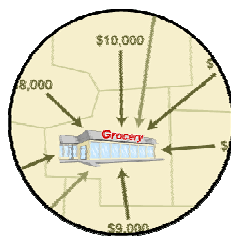
Eva González, [eva.gonzalez@nielsen.com](mailto:eva.gonzalez@nielsen.com)  
+52 55 5387 1102

### PARA DIFUSIÓN INMEDIATA

### THE NIELSEN COMPANY PRESENTA EN MÉXICO SPECTRA™, LA HERRAMIENTA MÁS INNOVADORA PARA LA SEGMENTACIÓN DE LOS CONSUMIDORES A NIVEL TIENDA

Ciudad de México, 19 de septiembre, 2008: Con la finalidad de responder a las necesidades de sus clientes y dada la importancia que tiene para las empresas de hoy en día conocer a los consumidores, Nielsen añade a su portafolio de servicios: Spectra™, una solución *on-line* que integra a las mejores fuentes de datos con modelos probados para proporcionar hallazgos únicos sobre compradores y detallistas.

Estados Unidos, Canadá y Australia han sido los pioneros en contar con esta innovadora herramienta, y ahora México, debido al perfil de consumo y expansión que lo caracteriza, se convierte en el cuarto país en ofrecerla al mercado, ya que ahora más que nunca, segmentar el grupo de consumidores, es determinante en el éxito o fracaso de cualquier plan estratégico de mercado.



Spectra™ apoya a las compañías en identificar a sus consumidores por múltiples variables demográficas como: tamaño del hogar, edad, nivel socioeconómico, presencia de niños, género, ubicación geográfica, tamaño de la ciudad donde viven, entre otros.



A través del uso de información demográfica y de compra del consumidor, Spectra™ es un instrumento para realizar estrategias específicas de *micromarketing* para los productos de consumo, lo que permite dirigir promociones especiales y programas de *marketing* dirigidos a grupos de consumidores en particular.



Otra de las técnicas que ofrece Spectra™ es el *geomarketing*, que permite fortalecer estrategias de mercado a través de la implementación a nivel de tienda. Con la ubicación geográfica de los compradores potenciales o targets específicos, se responden algunas preguntas como ¿quién compra el producto?, ¿dónde se localiza?, ¿cómo puedo hacer más eficientes nuestros esfuerzos de ventas y mercadotecnia? Y ¿cómo puedo realizar promociones más efectivas?

La segmentación tradicional no es suficiente, ahora se requiere de una comprensión no sólo cómo y qué piensan los consumidores, sino también de cómo actúan, es decir, en dónde compran. Con Spectra™ es posible calcular las áreas de influencia de más de 16 mil tiendas del canal moderno en el territorio mexicano, lo que ofrece a los detallistas y fabricantes identificar oportunidades de mercado dirigidas específicamente a sus compradores.

En resumen Spectra™ es un nuevo servicio de Nielsen que ofrece a sus clientes la oportunidad de definir a sus compradores, localizar en dónde compran e identificar la oportunidad de su producto en cada tienda.

En Nielsen continuamos comprometidos con el presente y futuro de nuestros clientes y sabemos que las ideas más innovadoras, la más alta tecnología y las estrategias más avanzadas, nos permitirán continuar apoyando a nuestros clientes a entender mejor sus mercados.

### **Acerca de The Nielsen Company**

The Nielsen Company es una compañía global de información y medios, líder en el mercado y con marcas reconocidas en el sector de la mercadotecnia e información del consumidor, televisión y medición de otros medios, inteligencia online, medición de telefonía móvil, ferias comerciales y publicaciones de negocios (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). Esta compañía de titularidad privada está presente en más de 100 países. Su sede se encuentra en Nueva York (Estados Unidos). Para más información, por favor visite [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

###