

¿Interesado en comprender mejor las claves del mercado de materiales de construcción a un precio asequible?

Analizamos los procesos de decisión de los diferentes agentes de la industria, mediante entrevistas en profundidad con las que descubrimos las verdaderas razones que les llevan a decantarse por un producto u otro. Y sobre todo, interpretamos esas respuestas para darles sentido y ayudarte a **mejorar tus resultados**.

Si quieres que tu producto aparezca en las memorias de los proyectistas, y pasar el filtro de la obra, **ésta es tu herramienta**.

más información

1.900 €
+IVA

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. Introducción | 2 |
| 2. Antecedentes | 4 |
| 3. Informe ejecutivo | 6 |
| 4. Sección 1 “Fuentes de información” Introducción | 11 |
| 4.1. ¿Dónde buscan información relativa a este producto? | 12 |
| 4.2. ¿Qué tipo de información busca con mayor frecuencia? | 17 |
| 4.3. Datos requeridos por los arquitectos que están accesibles | 22 |
| 4.4. Recomendaciones_Sección 1 | 26 |
| 5. Sección 2 “Evaluación de alternativas” Introducción | 28 |
| 5.1. Porcentaje de memorias donde se prescribe con una marca concreta | 29 |
| 5.2. Marcas más habituales en prescripción | 31 |
| 5.3. Porcentaje de proyectos donde se respeta la prescripción | 35 |
| 5.4. Grado de influencia de los arquitectos | 39 |
| 5.5. Situaciones que facilitan el respeto a la prescripción | 41 |
| 5.6. Productos más propensos a mantenerse en obra una vez prescritos | 45 |
| 5.7. Recomendaciones_Sección 2 | 46 |
| 6. Sección 3 “Interacción con los técnicos comerciales” Introducción | 48 |
| 6.1. Valoración de técnicos comerciales | 49 |
| 6.2. Características idóneas de los técnicos comerciales | 52 |
| 6.3. Medios por los que prefieren ser contactados | 55 |
| 6.4. Frecuencia en la que reciben a prescriptores | 59 |
| 6.5. Proceso de comparación de la información recibida | 63 |
| 6.6. Recomendaciones_Sección 3 | 66 |
| 7. Sección 4 “Valoración de los productos y servicios ofrecidos” Introducción | 68 |
| 7.1. Características más valoradas en productos | 69 |
| 7.2. Características más valoradas en servicios | 76 |
| 7.3. Recomendaciones_Sección 4 | 80 |