

Octubre 2012 Trend Briefing:

SERVILE BRANDS

¿Por qué servir, ayudar y facilitar es el nuevo concepto de venta para marcas?



trendwatching.com/es/trends/servilebrands



Concepto:

Sí, a cada día consumidores son más exigentes, hambientos por novedades, informados y más saturados de opciones que nunca (sabemos que lo sabes). Para que marcas puedan de hecho prosperar, la solución es muy sencilla: hacerse SERVIL. Esto va más allá de simplemente ofrecer excelente servicio al cliente*. Ser SERVIL incluye transformar tu marca en un estilo de vida centrado en atender a las necesidades, deseos y caprichos de sus clientes, donde y cuando lo deseen.

** Un buen servicio al cliente jamás dejará de ser crucial, por supuesto: un estudio realizado en 2011 por American Express informó que el 70% de los consumidores americanos están dispuestos a gastar más con marcas que les ofrezca un buen servicio, y el 60% cree que marcas no piensan suficientemente en el asunto.*

SERVIL es:

Dejarles probarlo primero

Ayudar clientes a monitorizar cualquier cosa

Ayudar clientes a encontrar cualquier información en tiempo real

Ayudar el cliente a entenderlo todo en tiempo real

Estar presente cuando los clientes te necesitan, aunque todavía no lo sepan

Estar presente aún cuando el gobierno no está

Ayudar clientes a ahorrar

Ayudar tus clientes a empezar el día bien

Ayudar tus clientes a sacar el mayor provecho

Recomendar cosas verdaderamente validas a tus clientes

Dejarlo todo más fácil

1. BAJO DEMANDA



Ya hemos hablado un montón de los números extraordinarios de **CITYSUMERS** (consumidores urbanos). CITYSUMERS son aquellos que desean la novedad constante y omnipresente y buscan experiencias excitantes que las grandes ciudades hype ofrecen. Por eso siempre prefieren **SERVILE BRANDS** – marcas que pueden ayudarles y facilitarles la vida con libertad y flexibilidad para aprovechar la vida urbana a tope.

Por estar siempre conectados, también esperan **lo mejor del mundo online** – información instantánea y gratificación inmediata – que puedan sumarse a sus experiencias offline. Por eso las **SERVILE BRANDS** se arrodillan y hacen todo lo que se las pida ;-)

2. COMPRESIÓN DEL TIEMPO



La abundancia interminable y creciente prosperidad material en las economías de los consumidores modernos (sí, incluso entre los consumidores financieramente perjudicados), ha llevado a una creciente sensación de estar hambrientos por tiempo.

De echo, un estudio realizado por la empresa Datamonitor informó que un 44% de los consumidores alrededor de 14 países dicen ser difícil organizar sus obligaciones diarias y aún encontrar tiempo para relajar.

No es de extrañar que los consumidores están demandando herramientas y servicios para ayudarles a sacar el máximo provecho del momento presente, aunque sea breve. Este mundo **NOWISM** significa que marcas no tienen otra opción que satisfacer la demanda de los consumidores por la gratificación instantánea y ultra comodidad. Por eso **SERVILE BRANDS** van al grano siempre y ahorran tiempo a sus clientes. De todas las maneras posibles.

3. IGUALES



Esta es la verdad: consumidores no volverán a venerar marcas como antiguamente:

- Sólo un 47% de consumidores alrededor del mundo dicen confiar en anuncios pagos (televisión, revistas y periódicos), una disminución de 20% comparada a 2009.
- El 92% de los consumidores mundiales dicen que confían en la publicidad “ganada” (boca-a-boca y las recomendaciones de amigos y familiares) por encima de todas las otras formas de publicidad, un aumento del 18% desde 2007.
- Sugerencias y reviews de consumidores online son la segunda forma más confiable de publicidad. El 70% de los consumidores globales confían en ello, un aumento del 15% en cuatro años.

(Fuente: Nielsen, abril de 2012)

- Sólo el 29% de los consumidores de Brasil, China e India dicen valer la pena ser fieles a sus marcas preferidas.

(Source: COLLOQUY y Epsilon's Cross-Cultural Loyalty Study, 2011)

Como consumidores recurren y confían cada vez más en otros consumidores, las marcas ya no pueden esperar ser capaces de crear o controlar su imagen como se podía en el pasado. Otra buena razón para ser **SERVIL** y poner las necesidades de tus clientes por encima de la tuyas.

SERVIL es: Dejarles probarlo primero

Hyundai Home Shopping



En mayo de 2012, Hyundai Home Shopping introdujo su nueva aplicación, 'H-Codi'. La app consiste en un programa "coordinador virtual de looks" desarrollado con tecnología de realidad aumentada. Con el programa, los usuarios pueden probar o testar virtualmente casi todos los productos a través de Hyundai Home Shopping. Por ejemplo, la cámara de los smartphones reconoce caras y cuerpos, y después enseñan fotos con productos de la marca coordinados como pendientes, corbatas y hasta bolsos. El programa también ofrece el servicio para accesorios de decoración y más: casi 70 mil piezas están disponibles. Las fotos de realidad aumentada pueden ser guardadas y compartidas con amigos por Cacao Talk (el WhatsApp coreano) y Facebook.

Rescue Drive de Orca Chevrolet



Para promover el lanzamiento del modelo Cobalt de Chevrolet, el concesionario de coches con sede en Brasil Orca Chevrolet lanzó la campaña **Rescue Drive** en principios de 2012. La promoción era dirigida a los conductores recién atrapados por averías en sus coches, en el momento perfecto para detectar todo tipo de frustraciones de consumidores de automóviles. Conductores que llamaban a las grúas de rescate eran sorprendidos por un coche de apoyo Chevrolet Cobalt, y en el mismo momento en que su coche era llevado, eran invitados a hacer un test drive hasta su destino.

SERVIL es: Dejarles probarlo primero

Manicura virtual de Marks & Spencer



La **Manicura Virtual** de Marks & Spencer es un servicio ofrecido por la marca online y en las tiendas que permite que consumidores prueben la gama de esmalte del minorista británico en sus propias uñas. Los compradores cargan una imagen de sus manos y luego eligen los colores para verlos “en vivo” antes de comprarlo.

Este Trend Briefing es sólo la punta del iceberg



Trend Database + Updates mensuales + sugerencias

Nuestro **Trend Database** (sólo una parte de nuestro **Premium Service**) te da acceso a TODAS nuestras **tendencias, insights** y más de **7.000 innovaciones** que tenemos en nuestro radar todos los días.

[DESCUBRE MÁS Y APROVECHA LO QUE TE
PODEMOS OFRECER »](#)

SERVIL es: Ayudar clientes a monitorizar cualquier cosa

Think Blue de Volkswagen China



A principios de junio de 2012, **Volkswagen** lanzó su primera app eco-conciente en China. La aplicación “Blue Mobility” es la primera de su tipo presente en coches que rastrea y analiza el comportamiento de conductores en tiempo real. En seguida ofrece sugerencias y consejos de cómo reducir consumo de combustible excesivo.

Play & Connect de Babolat



Previsto para ser lanzado en 2013, Play & Connect de la marca francesa **Babolat** es una raqueta de tenis con sensores integrados que producen información sobre su uso en tiempo real. El dispositivo puede detectar la velocidad de la pelota y la potencia de cada golpe para ofrecer feedback de desarrollo para los jugadores. Los sensores localizados en el mango también pueden monitorizar el tipo de golpe y la posición de la pelota en la raqueta, lo que permite análisis súper precisas de técnica basadas en estadísticas del juego. Los datos son compartidos online con un ordenador o smartphone, donde los clientes pueden ver su información y crear metas.

SERVIL es: Ayudar clientes a monitorizar cualquier cosa

China Survival Guide



El **China Survival Guide** es una aplicación para iPhone que monitoriza escándalos relacionados a alimentación y salud alrededor de China para que usuarios no tengan que estar al tanto de los estudios publicados. Fue descargado más de 200 mil veces en su primera semana de lanzamiento.

“En promedio, sólo el 29% de los consumidores de Brasil, China e India, dice valer la pena ser fieles a sus marcas preferidas.”

SERVIL es: Ayudar clientes a encontrar cualquier información en tiempo real

Westfield y su app de búsqueda



Westfield, el mayor operador mundial de centros comerciales, añade la funcionalidad de búsqueda de Google Commerce en su **aplicación móvil** para ahorrar el tiempo de sus clientes. Los compradores pueden buscar y comparar los precios entre las tiendas del centro comercial local Westfield, y consultar la disponibilidad de determinado producto con sólo un clic.

Smart Cart de SK Telecom



En octubre pasado, **SK Telecom** probó utilizar los Smart Carts (carritos de compra inteligentes) en sus tiendas Emart en Seúl. El dispositivo ofrece información en tiempo real que permite que compradores puedan buscar por productos, descuentos e incluso crear una lista de compras a través de la aplicación correspondiente para smartphones. El Smart Cart ofrece tecnología NFC para actualizar informaciones en tiempo real como disponibilidad de productos, puntos de programas de descuentos e incluso instrucciones para el check-out. SK Telecom pretende lanzar el Smart Cart oficialmente en Corea del Sur y China a finales de 2013.

SERVIL es: Ayudar al cliente a entenderlo todo en tiempo real

App de traducción del Aeropuerto de Schiphol, ahora en mandarín



En enero de 2012 el **aeropuerto Schiphol** de Ámsterdam lanzó una versión china de la su app - que ofrece información sobre vuelos, transporte público y ofertas de productos, así como los mapas de las salas de embarque – exclusivamente en mandarín. La aplicación también permite la traducción de señales en el aeropuerto, a través de un sistema de reconocimiento con cámaras de smartphones.

App de Harrods en mandarín



La tienda de departamento londinense **Harrods** también lanzó una app gratuita en mandarín, que ofrece a sus clientes un guía interactivo a la tienda, menús de sus restaurantes y detalles sobre la agenda de eventos.

SERVIL es: Estar presente cuando los clientes te necesitan, aunque todavía no lo sepan

IKEA



Para muchos residentes de Quebec (Canadá), muchos contratos de alquiler terminan el 1 de julio. Esto hace que sea un día bastante popular para mudarse, y hasta cajas de cartón son difíciles de encontrar. Con este problema en mente, el año

pasado Ikea ofreció 2 mil cajas gratuitamente por toda Montreal. Las cajas desdobladas fueron presas a las paredes de la ciudad con mensajes que incentivaban a las personas a llevarlas a casa. La marca también ofreció descuentos en sus muebles.

SERVIL es: Estar presente aún cuando el gobierno no está

OUTsurance Pointsmen



OUTsurance es una compañía de seguros sudafricana que pone guardias de tráfico en las calles de Johannesburgo, Ciudad del Cabo y Tshwane - para facilitar el flujo de tráfico en las intersecciones peligrosas o congestionadas.

Dial Direct de Pothole Brigade



Otra empresa sudafricana de seguros, Dial Direct, puso en marcha el proyecto **Pothole Brigade**, una iniciativa de conservación de carreteras que pretendía arreglar más de 50.000 baches (informados por conductores) en los alrededores de Johannesburgo. Lamentablemente, recientemente la burocracia puso fin a la iniciativa, pero muchísimas otras ciudades podrían beneficiarse de una organización similar.

SERVIL es: Estar presente aún cuando el gobierno no está

Daktari 1525 de Safaricom



En el último trimestre de 2011, el proveedor keniano de telecomunicaciones Safaricom se asoció con el especialista en salud móvil Call-a-Doc para lanzar **Daktari - 1525**. Los suscriptores pueden obtener consejos médicos de personal calificado por alrededor de dos céntimos por minuto marcando '1525' en sus móviles. El servicio no ofrece diagnóstico o prescripción, solamente un adecuado nivel de consejo y (cuando necesario) indicación de médicos locales. Todas las llamadas son confidenciales.

¿Te gusta lo que lees en este Trend Briefing pero quieres más?



Trend Report 2013 (publicado en noviembre de 2012)

El Trend Briefing de 2013 (sólo una parte de nuestro Premium Service) habla de las **tendencias de consumo cruciales que debes tener en tu radar** para el próximo año. Te ofrecemos más de 40 tendencias divididas en temas principales en un informe que analiza los desarrollos más importantes en el (¡muy turbulento!) escenario de consumo mundial.

[DESCUBRE MÁS Y APROVECHA LO QUE TE
PODEMOS OFRECER »](#)

SERVIL es: Ayudar clientes a ahorrar

22seven



Lanzada en Sudáfrica en enero de 2012, **22seven** es una plataforma de ayuda para administración de finanzas personales que usa los registros bancarios de sus usuarios para ayudarles a identificar cómo y donde podrían estar ahorrando. Consumidores pueden identificar cuales son sus principales gastos y donde están gastando más de la cuenta. Después de analizar los números, el servicio ofrece estrategias y planes para ayudar a reducir costos. El uso del servicio requiere que sus miembros abran información sobre sus cuentas y contraseñas.

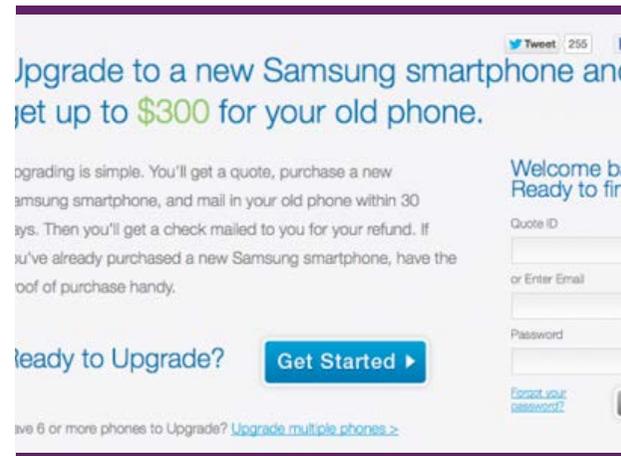
Billshrink / Orange



BillShrink es un servicio con sede en EUA que analiza las facturas telefónicas de sus clientes (una vez que el usuario garantice el acceso a sus datos, por supuesto) antes de recomendar una de las diez mil millones de combinaciones de planes existentes en su ciudad. El proveedor de mobile inglés **Orange** ofrece a sus clientes de contrato un servicio que analiza cuales son los mejores planes basado en el histórico de llamadas, mensajes y uso de internet a cada seis meses.

SERVIL es: Ayudar clientes a ahorrar

Upgrade Program de Samsung



La promoción **Samsung Upgrade** fomenta el cambio de smartphones usados por nuevos Galaxy. Después de comprar el Galaxy S2, S3 o Note, los usuarios pueden publicar información sobre su smartphone en la página de Facebook de Samsung y en seguida reciben una cotización del valor. Los usuarios envían su antiguo móvil a cambio de un cheque de hasta USD 300.

Banco de America y BankAmeriDeals



BankAmeriDeals de Bank of America ofrece promociones a sus clientes basados en las tiendas y marcas que frecuentan. Cuando los usuarios acceden a su cuenta online o vía aplicación, las ofertas aparecen junto a los nombres de las tiendas participantes donde ya hayan comprado anteriormente. Las recompensas y premios pueden ser canjeados en sus próximas visitas a las tiendas.

SERVIL es: Ayudar tus clientes a empezar el día bien

Winter Wake-Up de Boondoggle



Winter Wake-Up es una aplicación que funciona como un reloj-despertador normal, pero al conectarse con los pronósticos del tiempo online, despierta el usuario antes de lo usual si hubo previsiones de nieve o hielo durante la noche. El usuario incluso puede elegir no ser despertado si las condiciones son extremas y imposibilitan el transporte.

Wake-up de Uniqlo



Otro app (gratuito) muy similar es **Uniqlo Wake Up**, un despertador de melodías creadas automáticamente basadas en el tiempo de aquel momento. Una voz melódica anuncia el tiempo, las previsiones del tiempo y el día de la semana.

SERVIL es: Ayudar tus clientes a sacar el mayor provecho

autoTRADER de autoLYZER



Los clasificados de autos canadiense AutoTRADER creó **autoLYZER** una aplicación de Facebook que utiliza datos de los perfiles de usuarios de Facebook (incluso fotografías recientes, actividades, comentarios e intereses) para generar tres vehículos disponibles para venta que estén de acuerdo con su estilo de vida y personalidad.

DuniaFitnes



El portal indonesio de salud y fitness **DuniaFitnes** lanzó una app de para smartphones que ofrece información, entrenamientos físicos y dietas hechos a medida para cada usuario, incluso con informaciones nutricionales y videos. La app también tiene una tienda donde pueden ser comprados productos de fitness y bienestar.

SERVIL es: Ayudar tus clientes a sacar el mayor provecho

EA7 de Emporio Armani



Emporio Armani creó una app para su gama de ropa deportiva **EA7** que provee sugerencias y información sobre fitness y lifestyle. La app es gratuita y ofrece experiencias interactivas, juegos y contenido enlazado con la colección.

“44% de los consumidores alrededor de 14 países dicen ser difícil organizar sus obligaciones diarias y aún encontrar tiempo para relajar.”

SERVIL es: Recomendar cosas verdaderamente validas a tus clientes

Ticketmaster



La americana **Ticketmaster** lanzó una aplicación de Facebook en enero de 2012 que permite a los usuarios navegar por los eventos musicales, descubrir cuales los conciertos que sus amigos están asistiendo, leers reviews, crear una lista de los próximos conciertos que más de interesen y, por supuesto, hacer toda la compra online. La función “Recommended Events” puede ser integrada a tu cuenta en Spotify para recomendar conciertos y eventos de tus artistas preferidos.

Hellmann's y St. Marche



En mayo de 2012, **Hellmann's** empezó a ofrecer recetas adaptadas a los ingredientes que el cliente había acabado de comprar. Un software hecho a medida se instaló en las cajas registradoras en la cadena de supermercados brasileña St. Marche. Cada vez que un cliente compra un frasco de mayonesa Hellman's, la caja registradora reconoce el producto y genera una receta personalizada basada en los demás ingredientes comprados, la impresión es automática en el recibo de la compra.

SERVIL es: Dejarlo todo más fácil

KeyFree de Ford



Para promover la tecnología **KeyFree** de Ford (que permite que conductores abran y cierren sus vehículos con un llavero con NFC), el fabricante desarrolló una aplicación que permite login automático en las redes sociales y cuentas digitales del usuario sin que este tenga que introducir ninguna clave. Los clientes introducen sus nombres de usuario y contraseñas en la aplicación gratuita una sola vez, y siempre que se acerquen a un ordenador sincronizado en el servicio, este detectará la proximidad de los dispositivos vía Bluetooth y hará el login automáticamente.

Vodafone y Richard Nicoll



Vodafone UK y la designer de moda **Richard Nicoll** han creado un bolso de mano que puede alimentar un teléfono móvil mientras esté en movimiento. Después de cargado en un enchufe (a través de una cable magnético que se acopla al exterior), el bolso ofrece hasta dos días de sobrieda a un smartphone, por ejemplo.

SERVIL es: Dejarlo todo más fácil

Toyota y Nintendo



Toyota lanzó un servicio facilitador que permite que conductores en Japon puedan controlar (desde que montados en ellos) sus vehículos a través de un GPS vía Nintendo DS y Bluetooth. Los pilotos o pasajeros pueden comprar una tarjeta “Kuruma de DS” por tan solo USD 92. La tarjeta es inserida en la consola y en seguida el dispositivo recuerda las rutas hechas anteriormente.

Virgin America y Rock the Vote



Virgin America y **Rock the Vote** lanzaron un servicio en EUA que permite a los pasajeros a registrarse para votar en la elección presidencial de 2012, utilizando el sistema de entretenimiento de vuelo.

SERVIL es: Dejarlo todo más fácil

Testes de DNA por Health Street



Health Street, un laboratorio de análisis médicas de Nueva York, ofrece tests de paternidad en la furgoneta del proyecto **Who's Your Daddy?**, que cruza toda la ciudad. Por USD 299, cualquier transeúnte puede hacer pruebas de paternidad en la misma calle, dentro del vehículo super equipado. Los resultados se envían en un par de días.

Gota Inteligente



La pagina de **Evian Chez Vous** permite que los residentes de Paris ordenen botellas de agua directamente a sus casas y empresas. Usuarios pueden ordenar otros productos del grupo Danone, incluso Badoit o agua Volvic . En 2013, es servicio será acompañado de un "Smart Drop": un imán de neveras conectado via wifi que permitirá que usuarios hagan el pedido de agua directamente con un simple botón.

SERVIL es: Dejarlo todo más fácil

Red Tomato Pizza y su imán de nevera



El “imán-vip” de nevera de la pizzería **Red Tomato Pizza** en Dubái permite que usuarios pidan su pizza preferida con un solo toque. Miembros del programa-fidelidad recibieron el imán, que usan tecnología Bluetooth de smartphones para conectarse a Internet.

Turkcell y pedidos mobile



Turkcell anunció sus planes de lanzar una solución de e-commerce integrada con las casas de sus clientes. Usuarios que tengan acceso al **Turkcell MaxiPlus5** con tecnología NFC, podrán sujetar su móvil cerca de un imán de nevera (que será regalado con la compra del teléfono) para activar un pedido online. Negocios como Burger King, Migros y el proveedor de gas Avgaz son algunos de los asociados al servicio Mobile Order app. Clientes de contrato pueden upgrade su teléfono por tan solo TRY 5 (USD 2.75) al mes.

SERVIL es: Dejarlo todo más fácil

Ushuaïa Ibiza Beach Hotel y PayTouch



El **Ushuaïa Ibiza Beach Hotel** se juntó al proveedor de pagos biométricos **PayTouch** para que huéspedes (registrados en el check in) puedan efectuar pagos con las puntas de sus dedos. Todas las instalaciones del grupo están equipadas con la tecnología que permite que los visitantes no saquen sus billeteras o tarjetas de crédito de la habitación.

Este Trend Briefing es sólo la punta del iceberg



Industry Trend Reports

Miembros Premium reciben acceso instantáneo a **15 informes de industrias** en **PDFs** interactivos y **PowerPoint** – desde Alimentos y Bebidas hasta Servicios Financieros.

[DESCUBRE MÁS Y APROVECHA LO QUE TE
PODEMOS OFRECER »](#)

SERVIL es: Dejarlo todo más fácil

Conveciencias de GS25



El servicio '**My Refrigerator**' de GS25 (una cadena de tiendas de conveniencia de Korea del Sur) indica las mejores promociones del estilo 1+1 o 2 por 1 a sus clientes. Muy básico, ¿ciertop? Pero lo que GS25 notó es que no siempre necesitamos o tenemos espacio para guardar todos los +1 que vienen en las promociones. Con el servicio 'My Refrigerator' el cliente puede guardar los productos gratuitos/adicionales en una estante virtual para la próxima compra, y así evita atiborrar su nevera real con más cosas que las que caben o pueden consumir. Si lo desean, los productos guardados también pueden ser dados a familia o amigos.

Supermercado virtual de Tesco



El supermercado británico **Tesco** estrenó un supermercado interactivo virtual en el aeropuerto de Gatwick en el Reino Unido. Antes de sus viajes, los pasajeros pueden hacer sus compras de la semana a través de su Smartphone y tenerlas en casa a tiempo para su regreso.

SIGUIENTE

Antes de cualquier cosa, no TODAS las marcas tienen que ser 100% serviles: ciertas marcas de lujo y las Apples del mundo pueden darse al lujo de seren **MARCAS DOMINANTES**.

Pero si no eres Gucci o Apple, ¿cómo empezar? Primero tienes que hacerte a la idea de que marcas serviles **siempre se pueden en segundo lugar. Para la mayoría de las marcas y negocios, esto puede significar un cambio significativo en su mentalidad.**

Entender que los días de las marcas reverenciadas se han acanado. No se trata de decirle a tus clientes que eres importante y que si pagan por ello pueden tener acceso a un poco de tu brillantismo. Al revés, se trata de decirle a tus clientes: “Estamos a tu lado para ayudarte en todo lo que quieras o necesites” (o aún mejor, “Sabemos lo que quieres. ¡Mira! ¡Aquí lo tienes!”).

Si lo llevamos a un extremo, hay infinitas oportunidades para marcas realmente **SERVILES** que puedan trascender sus ofertas actuales y ofrecer soluciones de vida para sus clientes.

Para publicitarios, SERVILE BRANDS significa **crear marketing que no se vea como marketing**. Si los consumidores no están buscando, adoptando, instalando o compartiendo tus esfuerzos (en cualquier formato: producto, servicio, app, contenido etc), entonces necesitas volver a la pizarra. ¡Ahora mismo! ;-)

Usa los ejemplos que te dimos, échale otro vistazo a nuestro Trend Briefing **BRAND BUTLERS** y ponte creativo. Nuevos conceptos, servicios y productos esperan ser descubiertos por ti.

Mientras tanto, haremos lo posible para servirte, satisfacerte y ofrecerte lo más nuevo en nuestro Trend Briefing gratuito a principios de Noviembre. ¡Asegúrate de que estes **subscripto!**



PRÓXIMO

¿Te gustó este Trend Briefing? ¿Quieres más?

Haz clic abajo y asegúrate de que estés en la cumbre de todas las tendencias, insights e innovaciones:



SUSCRÍBETE

Para recibir nuestro Trend Briefing mensual por email.



COMPARTE

Comparte este Trend Briefing con tu equipo, tus clientes y amigos, y asegúrate que ellos también estén informados.



TREND BRIEFINGS ANTERIORES

Lee nuestros Trend Briefings anteriores, desde 2011 en español, ¡o todos desde 2002 en inglés!



SUGERENCIAS

¿Quieres utilizar las tendencias en tu favor? Haz clic aquí para descubrir nuestras sugerencias.



SEMINARIOS DE TENDENCIAS

¿No tienes tiempo? Participa de nuestro exclusivo Seminario de Tendencias y infórmate de las principales tendencias de todo el mundo en solo algunas horas. ¡En 13 ciudades de Agosto a Octubre de 2012!



PREMIUM SERVICE

Necesitas acceso a todas las principales tendencias, insights e innovaciones? Nuestro servicio Premium es para ti.

Si tienes comentarios, sugerencias o dudas, no dejes de escribirnos:

ANDREA THORN

Jefe de Servicios al Cliente

andrea@trendwatching.com

SOBRE NOSOTROS

Establecidos en 2002, trendwatching.com es una empresa líder en análisis de tendencias. Escanea el mundo buscando las tendencias de consumo más promisoras, insights e ideas relacionadas a nuevos negocios.

Nuestro Servicio Premium es utilizado por las principales marcas líderes del mundo, y nuestros Trend Briefings mensuales gratuitos son enviados a más de 160.000 suscritos en 180 países.

Más en www.trendwatching.com

