

The Hunter información y ejecución

The Hunter aporta la información necesaria para ayudar a organizaciones, instituciones y personas a entender y capitalizar los cambios culturales, sociales y estéticos del entorno, el mercado y los consumidores.

Ha colaborado desde 2005 en más de 30 proyectos aportando información que mejora la competitividad de sus clientes. También ha ayudado a integrarla en sus decisiones de la manera más efectiva posible.

The Hunter ayuda a sus clientes a identificar nuevas oportunidades de negocio, diferenciarse de su competencia, alinearse a las tendencias y modas del mercado, ampliar los campos semánticos de sus marcas, encontrar nuevos segmentos de mercado y aumentar su relevancia en todos sus públicos.

The Hunter busca, analiza y presenta una información de forma totalmente adhoc para cada cliente.

Los entregables adquieren forma de informes de tendencias, nuevos productos y servicios, presentaciones a medios y expertos, conferencias, workshops...

La integración de la información se completa con servicios de consultoría en marketing o comunicación y apoyo en los procesos de investigación y obtención de insights.

The Hunter combina servicios a organizaciones (empresas, instituciones y medios de comunicación) con la elaboración de proyectos propios.



Coolhunting

Editorial:
Gestión 2000

Lanzamiento:
Junio 2009

The Hunter obtiene la información a través de tres redes propias que cubren los espacios, segmentos y temas que dan forma al mercado actual y definen el del futuro.

La red de corresponsales cubren los dos grandes hubs mundiales así como una selección de los hotspots más representativos del mercado actual:

Hubs:

Londres y Nueva York

Hotspots:

Berlín, París, Reykiavik, Tokyo, Barcelona, Madrid, Las Vegas, Dubai, Hong Kong/Macau, Mumbai, Sao Paulo, Estocolmo, Amberes, Miami, Singapur, Buenos Aires y Melbourne.

The Hunter tiene acceso a los colectivos del mercado que están creando hoy las propuestas que marcarán mañana las tendencias en los mercados más masivos.

Adicionalmente, tiene acceso constante a los altavoces (medios, organizaciones, personalidades y colectivos) que amplifican las propuestas que se detectan.

El feedback regular con expertos en los temas que se consideran más relevantes en la definición del mercado actual permite añadir visiones internas de las propuestas y facilita la instrumentalización por parte del cliente

Moda, arte, música, expresión creativa, branding, comportamiento del consumidor, retailing, experiencialización, transporte y movilidad, tic y blogosfera, artes escénicas, marketing digital, etnografía, medios de comunicación, apps...

The Hunter trabaja de forma directa o indirecta (a través de sus partnes de referencia) para:



The Hunter está en Barcelona y en Londres y
la persona de contacto es
Daniel Córdoba-Mendiola
(daniel@thehunter.info)