



BENDIT THINKING

THE HUMAN
INTERACTION
COMPANY



FECHA: 23/04/2015

Llega a España el pensamiento “curvo”: Bendit Thinking

Madrid, 23 de abril de 2015. Ayer tuvo lugar la presentación oficial de Bendit Thinking en Madrid, la nueva y disruptiva firma internacional de design strategy especializada en innovación y marketing, a la que acudieron un nutrido grupo de empresarios/as, directivos/os y líderes de opinión.

El principal valor diferencial de Bendit Thinking es el diseño de estrategias de marketing e innovación basadas en la “cuantificación” de variables cualitativas tales como la atención, la memorización o el estudio del comportamiento del consumidor mediante la aplicación de los últimos avances en tecnologías de comportamiento humano (Human Behaviour Tracking) y neurociencia cognitiva.

Mónica Deza es socia fundadora y Global CEO de la firma. Deza ha tenido una fulgurante carrera directiva en multinacionales de publicidad y marketing habiendo ocupado previamente, entre otras, las posiciones de Vicepresidente de Innovación del Grupo McCann, grupo de comunicación líder en España y Portugal y Presidente de UM, agencia de medios del grupo Interpublic que bajo su dirección llegó a ser la agencia de medios española más premiada en creatividad e innovación en medios.

Además de Deza, el equipo directivo está compuesto, entre otros, por Joaquín Serra, socio fundador y consejero de la firma además de empresario y vicepresidente de la compañía de cosmética de lujo Natura Bissé Internacional. María José Pérez-Cejuela, Managing Director de la unidad de gestión de innovación en talento: Bendit People; Ezequiel Trivino, Chief Innovation Officer, y Mario Huertas, CEO LATAM. Adicionalmente, la compañía cuenta con un consejo científico tecnológico proveniente de diversas entidades y universidades internacionales de reconocido prestigio en el campo de la innovación disruptiva y la neurociencia.

En palabras de la propia **Deza**, “Hoy en día ser digital ni es una opción ni supone una diferenciación suficiente para ninguna empresa. Las compañías ya han empezado desde hace unos años en invertir en business intelligence (Big Data), en herramientas que les permitan conocer **cómo** se comportan los consumidores, pero siguen sin saber **por qué** decidimos las personas”. En este sentido y con respecto a Bendit Thinking añade: “aplicamos las últimas metodologías a nivel internacional que nos permiten analizar con rigor científico los procesos de decisión de compra, los niveles de atención y especialmente de generación de confianza a la hora de construir estrategias centradas ya no solo en los clientes (customer centric), sino en las personas “

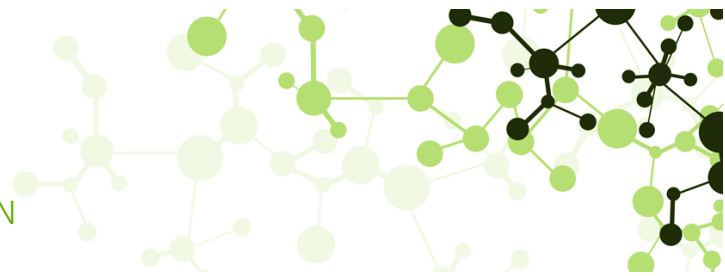
La consultora trabaja actualmente para compañías con un perfil claramente innovador en sectores tales como salud, alimentación, tecnología, cosmética o finanzas. “Nuestros mejores embajadores son nuestros propios clientes. En estos momentos en España son muchas las compañías y empresarios que apuestan por la innovación entendiendo ésta como un concepto mucho más grande y permanente que lo “digital”. Para nosotros el epicentro son las personas y la tecnología es un facilitador de nuestra comprensión de **cómo y por qué** tomamos decisiones”, señala **Deza**.

Bendit Thinking (BT) es una nueva y disruptiva firma internacional de design strategy especializada en innovación y marketing, con sedes en España, México y Colombia. Cuenta con un equipo multidisciplinar de profesionales provenientes del mundo del marketing, la comunicación, la tecnología y la neurociencia. El principal valor diferencial de la compañía radica en la aplicación de los últimos avances de las tecnologías HBT (Human Behavioural Tracking) y neurociencia cognitiva al diseño, la comunicación y la estrategia de media-marketing de servicios, productos y marcas.



BENDIT THINKING

THE HUMAN
INTERACTION
COMPANY



Bendit Thinking es especialista en diseño estratégico de planes de marketing y comunicación y customer experience:

- Auditoría y optimización de touchpoints y/o contenidos multimedia, cuantificando variables cualitativas como la atención, la memorización o la polaridad emocional, con el fin de mejorar su eficacia. Este punto es aplicable desde un plan de formación pasando por una campaña de publicidad hasta un programa de TV.
- Evaluación y diseño de productos y servicios mediante el uso de la ingeniería emocional, mediciones basadas en el usuario y realidad virtual/inmersiva.
- Customer & Shopper Science: la implicación de la inteligencia del comportamiento para entender cuáles son las barreras y las palancas en los procesos de decisión de consumo. Diseño de experiencia de cliente añadiendo más valor al proceso de compra e impulsando el punto de venta.
- Innovación aplicada a los procesos de formación, aprendizaje y comunicación interna.
- Bendit Thinkers Lab: comités de innovación disruptiva in-house con metodologías lean y de design thinking.

Bendit Thinking (BT) es una nueva y disruptiva firma internacional de design strategy especializada en innovación y marketing, con sedes en España, México y Colombia. Cuenta con un equipo multidisciplinar de profesionales provenientes del mundo del marketing, la comunicación, la tecnología y la neurociencia. El principal valor diferencial de la compañía radica en la aplicación de los últimos avances de las tecnologías HBT (Human Behavioural Tracking) y neurociencia cognitiva al diseño, la comunicación y la estrategia de media-marketing de servicios, productos y marcas.
