

# INDAGINI COMPLETE

---

SAVOLDELLI RICERCHE

Un'esperienza personale di oltre **100** ricerche applicate al marketing, al monitoraggio della soddisfazione della clientela, allo studio di fenomeni socio-economici, al netto delle indagini di tipo trasportistico. Questo è il bilancio parziale dell'attività di Sandro Savoldelli fino a gennaio 2013. Molte delle ricerche conteggiate sono state coordinate in prima persona, accumulando esperienze preziose in una pluralità di settori, dalle spedizioni alla posta certificata, dal tessile-abbigliamento all'alimentare, dalla fluidodinamica alle telecomunicazioni.

Sulla base di questa esperienza possiamo occuparci per Voi di tutte le attività connesse a uno studio, compresa la realizzazione di interviste, focus group o quant'altro previsto per la sua realizzazione, fornendoVi il servizio completo chiavi in mano, dalla progettazione al reporting.

Nell'ambito del servizio **Indagini Complete** possiamo sia selezionare un fornitore di field di Vs gradimento che assumerci in proprio la responsabilità della scelta.

Alle grandi aziende proponiamo anzitutto il nostro partner di riferimento, ossia **B&C Marketing**, istituto affidabile e strutturato, con il quale abbiamo maturato diverse esperienze per clienti di assoluto rilievo in campo nazionale e internazionale. B&C gestisce una rete capillare di intervistatori e di *mystery shoppers* su tutto il territorio nazionale. Ha anche un CATI interno, presso la sede di Roma, e varie professionalità di supporto.



## 1. Ricerche di marketing



## 2. Monitoraggi di customer satisfaction



## 3. Sondaggi elettorali e altri sondaggi di opinione



## 4. Indagini sociologiche



## 5. Studi di benchmarking



## 6. Ricerche sui trasporti



## 1. Consumer

(Uso/possesso, ricordo, preferenze, driver di scelta, abitudini, giudizi e percezioni, screening di target rari)



## 2. Brand

(Awareness, equity, immagine, riconoscimento marchi e loghi)



## 3. Analisi del Mercato

(contesto macroeconomico, competitors, tendenze future, benchmarking territoriale)



## 4. Prodotti/servizi

(mercato potenziale di nuovi prodotti/servizi, concept test di nuove tipologie di prodotti, conjoint analysis, packaging test, naming test, test sull'uso, gruppi prospect)



## 5. Pubblicità

(Advertising Test – pre/post campagna e/o tracking)



Il nostro Paese è famoso nel mondo per lo straordinario patrimonio di creatività e intraprendenza delle piccole-medie imprese. Consapevoli di questo abbiamo sempre creduto che anche nelle PMI si possano utilizzare e applicare strumenti di competitività manageriale, quali le ricerche di mercato.

Per le PMI abbiamo studiato soluzioni caratterizzate da un forte orientamento al **pragmatismo** e alla **immediata utilizzabilità** del servizio offerto, tenute presenti le principali problematiche delle PMI stesse.

Il servizio dedicato alle PMI è focalizzato su alcuni temi specifici: **soddisfazione della clientela**, raccolta di **reclami e suggerimenti**, **potenziale di vendita di nuovi prodotti**, efficacia degli **investimenti in pubblicità e comunicazione**.

La metodologia dell'Agile Research applicata alle PMI ci consente di fornire un servizio nello stesso tempo essenziale ma di buona qualità, con un rapporto qualità-prezzo conveniente.



# Customer Satisfaction : un approccio multidimensionale

Savoldelli Ricerche ha sviluppato un *approccio multidimensionale* allo studio della soddisfazione della clientela dei prodotti/servizi destinati alle famiglie o ai singoli individui.

L'analisi della customer satisfaction nel settore *B2C* viene realizzata analizzando tre diverse dimensioni della qualità percepita, ossia:

- la soddisfazione **dichiarata**
- la soddisfazione **implicita**, calcolata attraverso l'analisi di giudizi relativi ai vari aspetti concreti del prodotto/servizio in esame
- l'analisi del **gap** tra attese e percezioni.

A partire dalle dimensioni citate vengono calcolati quattro diversi indici sintetici, la cui comparazione consente di tracciare una diagnosi completa della situazione in esame, specialmente se il monitoraggio è stato già effettuato in una precedente occasione, (cosa che permette di osservare i trend degli indici nelle due occasioni di rilevazione).

*Per approfondimenti sull'argomento si possono consultare quattro articoli sull'argomento pubblicati dal 20 novembre 2010 all'8 febbraio nel blog di Sandro Savoldelli, all'indirizzo:*

<http://sandrosavoldelli.wordpress.com>

L'approccio multidimensionale permette di isolare la soddisfazione effettiva, ossia quella generata dalle caratteristiche prestazionali del servizio, da fattori distorsivi di natura *emotiva, di immagine* o dovuti al *contesto organizzativo*.



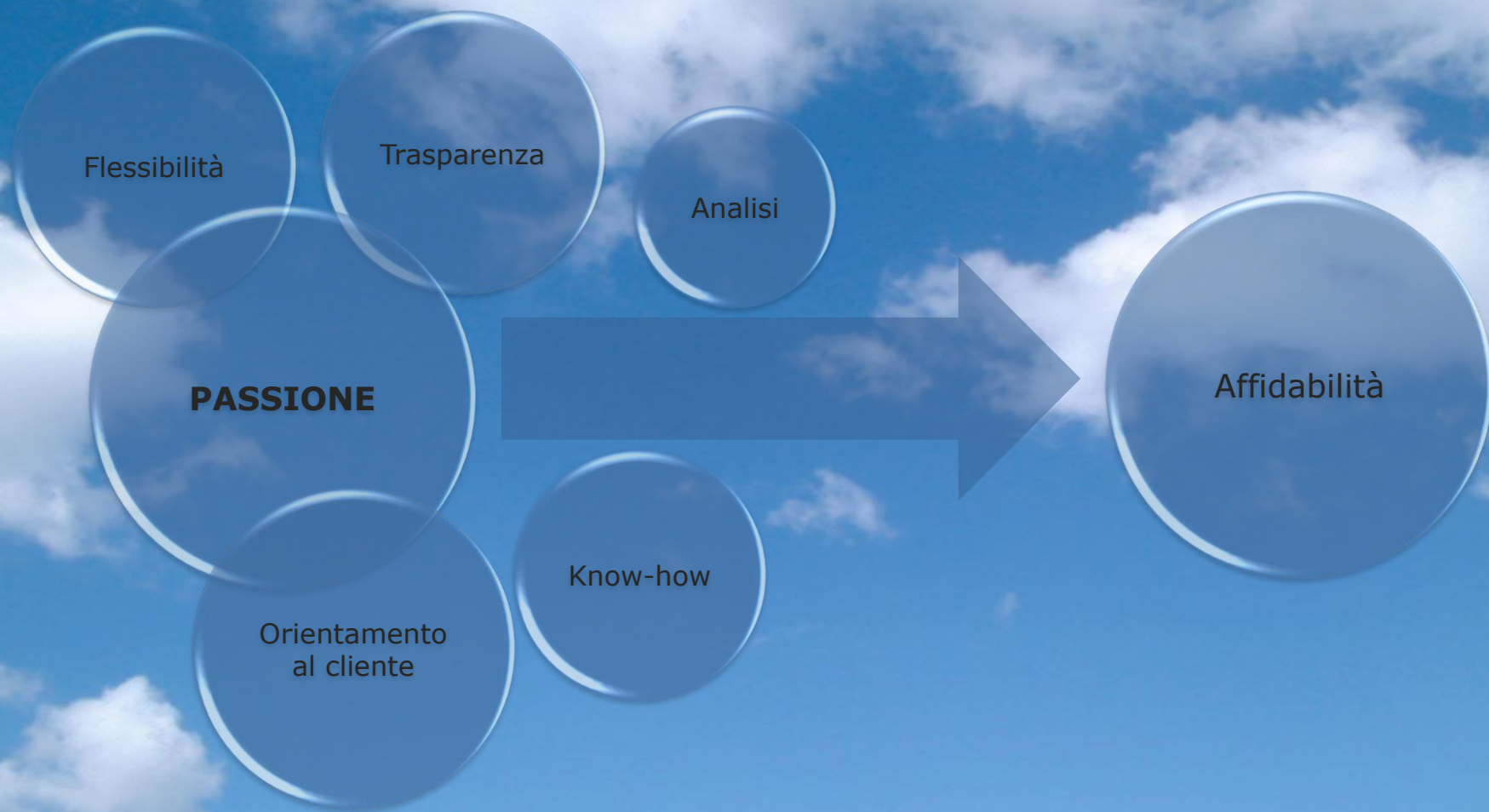
## Tipi di ricerche

- Primarie/secondarie
- Quantitative
- Qualitative
- Miste

## Metodi di rilevazione

- Interviste telefoniche CATI
- Interviste face to face ("stradali", a domicilio, in central location)
- Interviste CAPI
- Interviste CAWI
- Interviste autocompilate







Il Centro Studi **MEWA** è il contenitore ufficiale della ricerca svolta dallo studio Savoldelli sui metodi di rilevazione e sugli strumenti di analisi nel campo delle ricerche finalizzate alla conoscenza della società, dei mercati, dei fenomeni economici. **Mewa** sta sviluppando, in particolare, i quattro filoni di approfondimento descritti nei box sottostanti.

## Customer Satisfaction Lab

sulle metodologie applicate al monitoraggio della soddisfazione della clientela, sia in termini di strumenti di rilevazione che di analisi dei dati.

## Polls & Opinions Tracking

Il focus è in questo caso sui sondaggi politico-elettorali, le cui principali criticità sono la rappresentatività del campione, i metodi di stima delle intenzioni di voto e gli approcci per ottenere una adeguata collaborazione da parte dei rispondenti

## Brand Equity Research

ovvero come misurare e analizzare la percezione di marca e il valore del marchio, con un occhio particolare alla teoria del **lovemarks**, di **Kevin Roberts**.

## Child Research

come coinvolgere e motivare i bambini e gli adolescenti a esprimere la loro opinione e le loro preferenze su giochi e su altri prodotti di loro interesse, senza tralasciare il ruolo trainante dei genitori...



**SAVOLDELLISTUDIO** è un marchio di  
**SAVOLDELLI RICERCHE DI SAVOLDELLI**  
**SANDRO** - Partita IVA: **01427000557**

● **Indirizzo:**

Via del Rubbio, 5  
05100 Terni

● **Web-site:**

[www.savoldelliricerche.eu](http://www.savoldelliricerche.eu)

● **Blog:**

<http://sandrosavoldelli.wordpress.com>

● **Telefono:**

0744/302410 - 338/1771962