



**WebIn**  
Research Digital Support



**WebOut**  
Research Digital Support



**WebAll**  
Research Digital Support

# Premessa:

□ L'utilizzo del pc e la navigazione su internet via mobile sono in progressiva crescita. Il fenomeno è trasversale:



## L'idea:

Realizzare **ricerche qualitative** (individuali e di gruppo) e **ricerche quantitative** (in Italia e worldwide) con campioni più ampi **applicando una modalità innovativa**:

- ❑ **Affiancare ai ricercatori** i tradizionali **supporti digitali** normalmente utilizzati dagli intervistati al lavoro o a casa
- ❑ con una **piattaforma proprietaria** che consente di gestire autonomamente domande, risposte, immagini, concetti ...

**Far utilizzare il proprio tablet/notebook agli intervistati conferisce loro maggiore spontaneità**, anche i più timidi meglio esternano i loro vissuti, abbiamo verificato che i risultati sono molto più vicini alla realtà. In sintesi proponiamo **ricerche tradizionali rese più snelle, flessibili ed immediate con costi competitivi**, oltre che numerose opzioni lavorative in più rispetto alle classiche metodologie tradizionali.



# La Struttura:

- ❑ Nello svolgere le ricerche siamo attenti all'integrazione ed al **coordinamento** di professionisti tra loro complementari:
  - **ricercatori psicologi senior**
  - **programmatori di software**
  - **web master e grafici**
  - **reclutatori esperti e certificati presenti in tutto il mondo**
  - **consulenti di marketing**



# La Nuova Metodologia di Lavoro (le ricerche):

- ❑ **WebIn**, gruppi con supporto digitale: gli intervistati **portano il proprio notebook** per massimizzare la loro “user experience” in sede di **qualitativa**
- ❑ **WebOut**, **quali-quantitative in remoto**: la ricerca **si delocalizza** e avviene da **postazione remota**. Può essere supportata da chat.
- ❑ **WebAll**, **sondaggio quantitativo in remoto**: la ricerca **quantitativa** avviene sempre da postazione remota, ma su una numerica sino a **centinaia di intervistati** (anche **worldwide** disponendo di traduzioni e banche dati).



**WebIn**  
Research Digital Support



**WebOut**  
Research Digital Support



**WebAll**  
Research Digital Support



## Target e Recruitment:

- ❑ Il target sarà rappresentato in linea con il brief di screening
- ❑ Gli intervistati verranno reclutati tra gli utilizzatori abituali di smartphone/tablet/notebook/
- ❑ Saranno rappresentati i diversi cluster: ci avvaliamo di due società di reclutamento capillari a livello mondiale e nazionale



# Nuova Metodologia di Lavoro (in concreto):

- ❑ Il Progetto di ricerca, la scaletta del test e i relativi stimoli vengono messi online e supportati dalla nostra piattaforma in pagine riservate
- ❑ Gli intervistati possono seguire diversi percorsi personalizzati, parzialmente diversi uno dall'altro, in funzione delle risposte agli stimoli
- ❑ In ogni pagina/videata potrà essere presente una chat

Mostra/Nascondi Chat

**admin**  
**Luca**

**admin** 11 luglio 2015 - 8:37  
Ciao a tutti, scaricate il file e completate i lavori richiesti. Una volta completati ricaricateli e li discutiamo insieme

**Maria** 11 luglio 2015 - 8:41  
Poi devo caricarlo in JPG?

**admin** 11 luglio 2015 - 8:42  
Puoi caricarlo in qualunque formato, usa quello con cui ti trovi meglio

**Maria** 11 luglio 2015 - 8:43  
Facile, è già pronto! 😊

**Luca** 11 luglio 2015 - 8:44  
Ho finito anch'io 😊

Luca 400

Suoni Scorri





# Un esempio di alcune videate concrete:

- ❑ Esempi di screenshot ed elaborati realizzati di recente per delle qualitative e quantitative (modalità WebIn, WebOut e WebAll)
- ❑ Gli estratti sono stati resi parzialmente blind (per comprensibili ragioni di riservatezza):







scaricate sul vostro notebook il file,  
completatelo e salvatelo



**Presentati con delle immagini**

Adesso carica qui il tuo file  
completato

AUTORITRATTO:



IO SONO IO



GIOIOSO



SCHERZOSO E SORRIDENTE








COMPETITIVO MA LEALE



AFFIDABILE

Autoritratto





scaricate sul vostro notebook il file,  
completatelo e salvatelo



**Le marche icona**

Adesso carica qui il tuo file  
completato



**FERRERO.**

# Valutazione di concept board:

Osserva questa foto e leggi le informazioni sul prodotto. Clicca sul pennarello verde a sinistra ed evidenzia le parti a te gradite, col rosso le parti a te non gradite. Con la matita digitale puoi segnare le parti che commenti nello spazio sotto l'immagine

- note →
- like →
- dislike →

*Melt, mash and thaw no more!*

## New! Mott's Juice-Maker

*Non-Frozen Fruit Juice Concentrates.*

- EASY TO STORE
- READY TO POUR
- ALL NATURAL JUICES AND JUICE DRINKS
- RECYCLABLE PACKAGING

New Mott's Juice-Maker is a non-frozen 100% juice concentrate that stores right in your kitchen cabinet. Just open, pour and add 3 cans of water to make 48 oz. of delicious all-natural fruit juice. Or use sparkling mineral water for a refreshing juice sparkler.

Mott's Juice-Maker comes in 5 great-tasting real-fruit flavors: Apple, Grape, Cranberry, Lemonade and Mixed Fruits. In easy-opening zip-tab recyclable cans.

End the wait with frozen concentrate. Try convenient, ready-to-pour Mott's Juice-Maker today.

**\$1.59** 12 OZ. CAN  
MAKES 48 OZ.





scaricate sul vostro notebook il file,  
completatelo e salvatelo

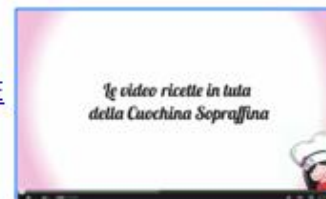


**L'ultimo video che hai visto**

Adesso carica qui il tuo file  
completato

## YouTube (2 canzoni, 2 divertenti, 1 videoricetta):

[https://www.youtube.com/watch?v=gWjX\\_L1aFYE](https://www.youtube.com/watch?v=gWjX_L1aFYE)



Michael Bublé - Cold December Night

<https://www.youtube.com/watch?v=oXNwoi1TscI>



Il Secondo Tragico Fantozzi

<http://youtu.be/M9jPSrhgn5Q>



Le piu belle e divertenti cadute

<https://www.youtube.com/watch?v=KH5Xxcxs3ag>



Il Pagante Pettinero

<https://www.youtube.com/watch?v=ZP5AfViFpSo>



# Versatilità di caricamento elaborati in ogni formato:

The screenshot displays the WebOut moderation interface. At the top left is the WebOut logo with the tagline "Research Digital Support". The user role is identified as "Moderatore". Navigation controls include a refresh button, a back button, a page indicator "1", and a green "PROSEGUI" button. The main content area features a text input field with the placeholder "CIAO". Below this are five distinct upload sections, each with a title and a "Nessun file caricato" status:

- INSERISCI IMMAGINE**: Nessun file caricato
- INSERISCI VIDEO**: Nessun file caricato
- INSERISCI XLS**: Nessun file caricato
- INSERISCI UN WORD**: Nessun file caricato
- INSERISCI UN PPT**: Nessun file caricato

A red oval highlights the left side of these upload sections. On the right side of the interface, there is a chat window titled "Mostra/Nascondi Chat" containing the name "admin".



# Valutazione di un video/rendering:

Clicca su anteprima e guarda il video



Esprimi un giudizio sul concetto muovendo il cursore (scala: -5 negativo; +5 positivo)


2.1

Esprimi un giudizio sull'innovatività della proposta muovendo il cursore (scala: -5 poco; +5 molto)


-2.7





# Valutazione di gradimento su più domande:






































**WebAll**  
Research Digital Support

 Moderatore

 **PROSEGUI**

Considerando che non hai mai provato questo prodotto, vorremmo comunque sapere quanto sei d'accordo o in disaccordo con le affermazioni che potrebbero essere utilizzate per descriverlo, pensi che consumerai il prodotto:

a colazione					
a metà mattina					
come sostituto leggero del pasto					
come snack pomeridiano					
come sostituto leggero della cena					
dopocena					
prima dell'attività sportiva					



# Valutazione di proposte comparison:

Confronta le due alternative

1



A



Quale delle proposte preferisci in generale	1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	A
Quale e quanto è più leggibile	1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	A
Quale ti sembra un prodotto più naturale	1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	A







---

## **Campi di utilizzo di WebIn e WebOut (qualitative):**

- ✓ Ricerche Motivazionali: focus group, gruppi creativi e ideativi, motivazionali in profondità
- ✓ Ricerche su Clienti: U&A (usage and attitude), customer satisfaction, fidelizzazione della domanda, apertura di nuova attività (start up)
- ✓ Ricerche Product Oriented: posizionamento di prodotto, naming test, packaging test, pricing test
- ✓ Ricerche sulla Comunicazione: advertising test, pre e post testing campaign
- ✓ Ricerche Interne all'Azienda: consenso e clima aziendale, comunicazione interna, immagine interna, problem solving
- ✓ Ricerche sull'Immagine: posizionamento aziendale, immagine coordinata

---

## Campi di utilizzo:

- ✓ Web Research: in generale analisi qualitative e quantitative monitorabili da remoto da tutte le Funzioni coinvolte per valutare l'attività in corso
- ✓ Ricerche su Clienti: sapere come siamo percepiti dai clienti o dai buyer è fondamentale per migliorarci
- ✓ Ricerche Product Oriented: posizionamento di prodotto, packaging test, price sensitivity (la ricerca del prezzo massimo sostenibile)
- ✓ Ricerche sulla Comunicazione: migliorare l'efficacia del messaggio prima dello shooting
- ✓ Ricerche Interne all'Azienda: monitoraggio del clima aziendale
- ✓ Ricerche sull'Immagine: posizionamento aziendale, immagine coordinata
- ✓ Formazione: verifica apprendimento con quesiti e compiti da completare da parte degli intervistati



Grazie per l'attenzione.

Siamo disponibili per approfondimenti e stesura di preventivi ad hoc.

**Paolo Mario Aghem**

mobile: +39 329 2184840

e-mail: [paolo@benchmarking.it](mailto:paolo@benchmarking.it)

web: [www.benchmarking.it](http://www.benchmarking.it)