



**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 is identified as 'Moderatore'. Navigation controls include a refresh button, a back button, a page indicator '1', and a green 'PROSEGUI' button. A text input field contains the word 'CIAO'. Below this, a list of upload options is shown, each with a 'Nessun file caricato' status. A red oval highlights the first five options: 'INSERISCI IMMAGINE', 'INSERISCI VIDEO', 'INSERISCI XLS', 'INSERISCI UN WORD', and 'INSERISCI UN PPT'. On the right side, there is a chat window titled 'Mostra/Nascondi Chat' with a user named 'admin' visible.



# 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 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 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)