



**PROGETTO DI
RICERCA TELEFONICA**
(INDAGINE QUANTITATIVA MULTICLIENT)

PREVENTIVI NON CHIUSI
(PER RIVENDITORI TRADIZIONALI)

RICERCA ORGANIZZATA DA: STUDIO ANSCO SRL

RESP. DI PROGETTO: ALVISE SCOGNAMIGLIO

LISSONE, NOVEMBRE 2014

PREMESSA

QUESTI ULTIMI ANNI DI MERCATO SONO STATI CARATTERIZZATI DA:

- **SITUAZIONE ECONOMICA MOLTO DIFFICILE, CARATTERIZZATA DA COSTANTI FLESSIONI NEI VOLUMI DI VENDITA**
- **CRESCENTE CONCORRENZA TRA I RIVENDITORI DI TIPO TRADIZIONALE E SVILUPPO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE**
- **CONSUMATORE SEMPRE PIÙ PRUDENTE NEL COMPIERE LE SUE SCELTE D'INVESTIMENTO**

TUTTI QUESTI TRE FATTORI, MESSI INSIEME, HANNO RESO LE TRATTATIVE DI VENDITA MOLTO PIÙ LUNGHE E COMPLESSE ED AI VENDITORI DI PRODOTTI D'ARREDAMENTO NON È PIÙ CONCESSO IL LUSSO DI COMMITTERE ERRORI.

PER DIVENTARE PIÙ COMPETITIVI NEL MERCATO OCCORRE COMPRENDERE IN MODO CHIARO QUALI SIANO LE MOTIVAZIONI PER CUI UN POTENZIALE CLIENTE/PREVENTIVATO SCEGLIE DI ACQUISTARE PRESSO UN ALTRO PUNTO VENDITA.

- **PERCHÉ ALLA FINE NON HA COMPRATO DA ME?**
- **QUALE OFFERTA HA INFINE SCELTO IL MIO POTENZIALE CLIENTE?**
- **DOVE HA ACQUISTATO IL PRODOTTO?**
- **HA SPESO DI PIU' O DI MENO DI QUANTO GLI/LE AVEVO PREVENTIVATO?**
- **COSA HO SBAGLIATO E DOVE POSSO MIGLIORARMI PER NON COMMITTERE LO STESSO ERRORE IN FUTURO?**



QUESTE SONO ALCUNE DELLE PRINCIPALI DOMANDE ALLE QUALI SAREBBE OPPORTUNO RIUSCIRE TROVARE UNA RISPOSTA, MA NON SEMPRE I CLIENTI SONO COSÌ DISPOSTI A SVELARCI LE LORO REALI MOTIVAZIONI.

PER AIUTARE I RIVENDITORI IN QUESTO DIFFICILE MA STRATEGICO COMPITO, ABBIAMO PENSATO DI ORGANIZZARE QUESTA RICERCA DI MERCATO.

INFINE, PER RENDERLA ANCHE ACCESSIBILE A TUTTI, ABBIAMO PENSATO DI PROPORLA AD UN ELEVATO NUMERO DI RIVENDITORI IN MODO TALE DA GENERARE DELLE OPPORTUNE ECONOMIE DI SCALA (FORMULA MULTICLIENT).

OBIETTIVI SPECIFICI DELLA RICERCA

- 1. VERIFICARE SE IL CLIENTE HA EFFETTIVAMENTE ACQUISTATO PRODOTTI D'ARREDAMENTO NEGLI ULTIMI 2 ANNI CON EVENTUALE INDICAZIONE DI MARCA E MODELLO ACQUISTATI**
- 2. CONOSCERE QUALI SONO I RIVENDITORI COMPETITORS SULLA PIAZZA CON I QUALI CAPITA DI SCONTRARSI PIÙ SPESSO**
- 3. CONOSCERE QUALI SONO I MOTIVI CHE HANNO INDOTTO IL CLIENTE A SCEGLIERE IL PRODOTTO ED IL NEGOZIO DOVE HA EFFETTUATO L'ACQUISTO**
- 4. FARE UNA VALUTAZIONE OGGETTIVA DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DEI COMPETITORS**
- 5. VERIFICARE I PRINCIPALI MOTIVI CHE HANNO INDOTTO IL CLIENTE A RIFIUTARE LA NOSTRA PROPOSTA COMMERCIALE**
- 6. MISURARE OGGETTIVAMENTE I PROPRI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA**

METODOLOGIA DELL'INDAGINE

L'INDAGINE PREVEDE LA REALIZZAZIONE DI COLLOQUI TELEFONICI SULLA BASE DI UN QUESTIONARIO DI CARATTERE QUANTITATIVO CHE VERRÀ DA NOI APPPOSITAMENTE REDATTO.

IN PARTICOLARE PREVEDIAMO DI EFFETTUARE TRE DIVERSI MODULI DI INDAGINE TRA I QUALI POTER SCEGLIERE:

MODULO BASIC: BASATO SU **20** CONTATTI TELEFONICI ANDATI A BUON FINE, PER ATTIVITÀ CHE HANNO 1-2 VENDITORI ED UN GIRO D'AFFARI NON SUPERIORE A 1 MILIONE € (SARANNO NECESSARI ALMENO **80** NOMINATIVI DI CLIENTI PREVENTIVATI NEGLI ULTIMI 6-24 MESI)

MODULO STANDARD: BASATO SU **30** CONTATTI TELEFONICI ANDATI A BUON FINE, PER ATTIVITÀ CHE HANNO 3-4 VENDITORI ED UN GIRO D'AFFARI NON SUPERIORE AI 2 MILIONI € (SARANNO NECESSARI ALMENO **120** NOMINATIVI DI CLIENTI PREVENTIVATI NEGLI ULTIMI 6-24 MESI)

MODULO FULL: BASATO SU **40** CONTATTI TELEFONICI ANDATI A BUON FINE, PER ATTIVITÀ CHE HANNO ALMENO 5 VENDITORI ED UN GIRO D'AFFARI SUPERIORE AI 2 MILIONI € (SARANNO NECESSARI ALMENO **160** NOMINATIVI DI CLIENTI PREVENTIVATI NEGLI ULTIMI 6-24 MESI)

CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE INTERVISTATO: DOVRANNO ESSERE TUTTI CLIENTI CHE HANNO FATTO REALIZZARE PRESSO IL NEGOZIO UN PREVENTIVO PER PRODOTTI D'ARREDAMENTO (IMPORTO MINIMO CONSIGLIATO = 1.000,00€).

PER CIASCUN CLIENTE PREVENTIVATO OCCORRERÀ FORNIRE: NOME, COGNOME, N° TELEFONICO (CELLULARE E/O FISSO), PRODOTTO PREVENTIVATO (MARCA-MODELLO) IMPORTO DEL PREVENTIVO E DATA DEL PREVENTIVO.

AREE DA INDAGARE:

- **TIPOLOGIA PRODOTTI ACQUISTATI (SINTETICA DESCRIZIONE)**
- **MARCHE ACQUISTATE (SE RICORDATE)**
- **AREA DI GUSTO (CLASSICO-MEDERNO)**
- **IMPORTO SPESO**
- **NOME DEL RIVENDITORE DOVE HA ACQUISTATO (CON INDICAZIONE DEL COMUNE/PROV)**
- **MOTIVI DI PREFERENZA**
- **ALTRI PRODOTTI/NEGOZI PRESI IN CONSIDERAZIONE PER L'ACQUISTO E SCARTATI**
- **GRIGLIA DI VALUTAZIONE OGGETTIVA DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DEL NEGOZIO/PRODOTTO PRESCELTO PER L'ACQUISTO**
- **GRIGLIA DI VALUTAZIONE DEI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA NOSTRI E LORO CONFRONTO COMPETITIVO**
- **GIUDIZIO DI SINTESI SUL NOSTRO NEGOZIO E VALUTAZIONI SPECIFICHE SUI MOTIVI CHE HANNO INDOTTO IL CLIENTE A SCARTARE LA NOSTRA PROPOSTA**
- **SODDISFAZIONE COMPLESSIVA DEL CLIENTE RELATIVAMENTE ALL'ACQUISTO FATTO**
- **DATI SULL'INTERVISTATO (1° O 2° IMPIANTO, ETÀ MEDIA, TITOLO DI STUDIO...)**

COSTI DELLA RICERCA:

IL COSTO DEI 3 DIVERSI MODULI DI RICERCA È DI:

MODULO BASIC € 1.150,00 + IVA

MODULO STANDARD..... € 1.525,00 + IVA

MODULO FULL..... € 1.790,00 + IVA

PER LA REALIZZAZIONE DI UN MODULO DI RICERCA SONO NECESSARI CIRCA 2 MESI DI TEMPO ED È PREVISTA LA CONSEGNA VIA E-MAIL DI UN RAPPORTO DI SINTESI DEI RISULTATI IN FORMATO PDF.

I COSTI INDICATI COMPREDONO:

- IDEAZIONE ED ORGANIZZAZIONE DELLA RICERCA
- REALIZZAZIONE INTERVISTE TELEFONICHE (20, 30 O 40) TRAMITE PERSONALE SPECIALIZZATO
- REALIZZAZIONE DOCUMENTO DI SINTESI DEI RISULTATI
- SPESE AMMINISTRATIVE

MODULO D'ORDINE
 (DA INVIARE COMPILATO VIA E-MAIL)
“PREVENTIVI NON CHIUSI”
 RICERCA DI MERCATO TELEFONICA

DESIDERO ORDINARE LA RICERCA:

<input type="checkbox"/> MODULO BASIC 20 COLLOQUI INDIVIDUALI TELEFONICI SULLA BASE DI UN ELENCO FORNITO DI 100 NOMINATIVI DI CLIENTI PREVENTIVATI.....	€ 1.150,00 + IVA
<input type="checkbox"/> MODULO STANDARD 30 COLLOQUI INDIVIDUALI TELEFONICI SULLA BASE DI UN ELENCO FORNITO DI 150 NOMINATIVI DI CLIENTI PREVENTIVATI	€ 1.525,00 + IVA
<input type="checkbox"/> MODULO FULL 40 COLLOQUI INDIVIDUALI TELEFONICI SULLA BASE DI UN ELENCO FORNITO DI 200 NOMINATIVI DI CLIENTI PREVENTIVATI	€ 1.790,00 + IVA

MODALITA' DI PAGAMENTO:

- 50% ALL'ORDINE (A MEZZO BONIFICO BANCARIO).
- 50% ALLA CONSEGNA DEL RAPPORTO (A MEZZO BONIFICO BANCARIO).

DATI PER LA FATTURAZIONE;

NOME	RUOLO IN AZIENDA
RAGIONE SOCIALE	
INDIRIZZO	
TELEFONO	SITO/WEB
E-MAIL	
P. IVA	CODICE FISCALE

TIMBRO E FIRMA