

INSIGHT PANEL

PROGETTO DI ASCOLTO PROFONDO DELLA CLIENTELA



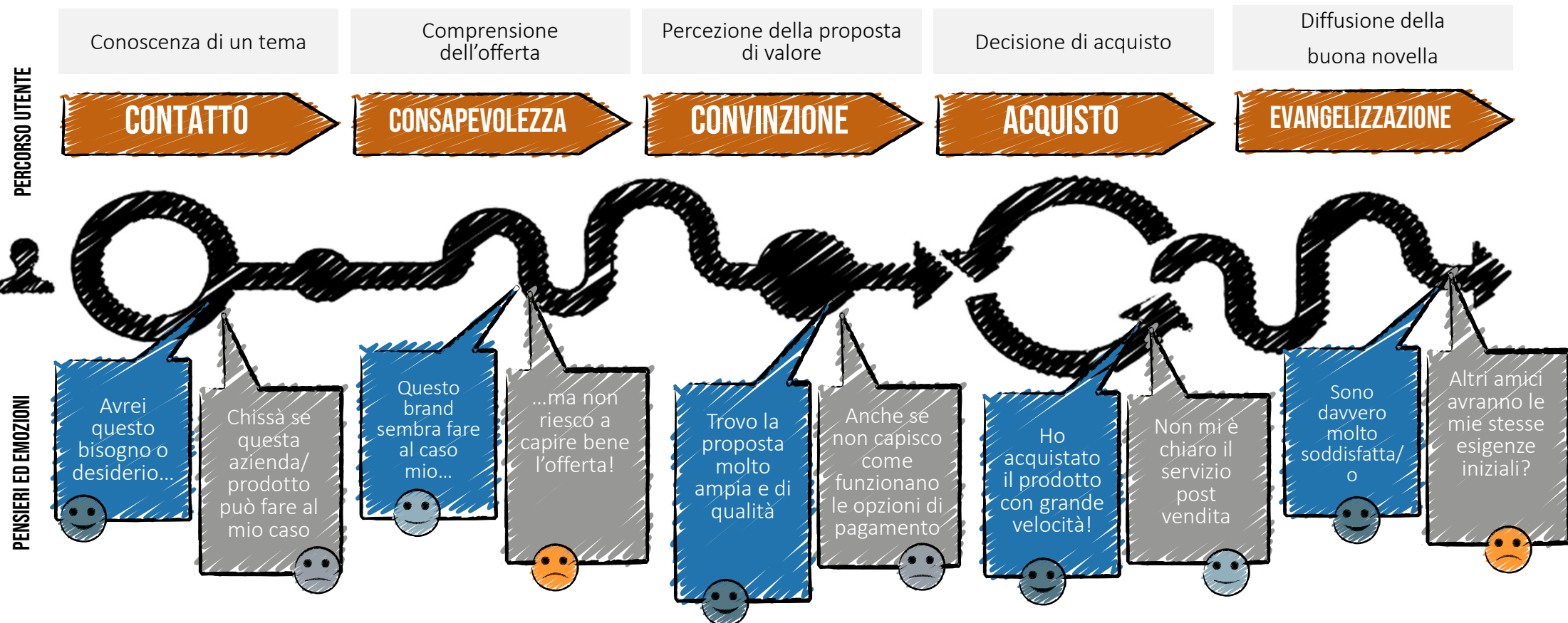


LA SFIDA

- Nell'attuale contesto di mercato, i desideri e le aspettative dei clienti evolvono ancor più rapidamente che in passato
- Allo stesso modo i pattern di fidelizzazione sono sempre più sfuggenti e mutevoli, nella molteplicità dei possibili touch point presenti in un mondo "phygital"
- Questo pone l'opportunità per costruire un percorso di monitoraggio continuativo su un gruppo selezionato di clienti, seguendoli nel loro percorso di shopping: è la nostra metodologia INSIGHT PANEL
- Essa si presta particolarmente nel caso di nuovi prodotti o servizi, o allargamento di gamma d'offerta o di canale distributivo, permettendo valutazioni su temi generali o specifici; è un progetto assolutamente flessibile e "scalabile" sia in termini di temi da investigare che di tempistica e impegno di risorse

GLI STADI CHIAVE DEL CUSTOMER JOURNEY DEI CLIENTI

Esemplificazione adattabile ad ogni opportunità di confronto



...in sintesi: immaginiamo la granularità delle informazioni qualitative che si possono ottenere ascoltando i clienti o i partner lungo tutte le tappe del loro Customer Journey oppure su temi specifici!

IN COSA CONSISTE IL NOSTRO PERCORSO DI INSIGHT PANEL

Un percorso di interazione e coinvolgimento continuativo di un gruppo di partner/clienti ingaggiati attraverso un progetto di monitoraggio strutturato, periodico o tematico; operiamo raccogliendo il loro insight nel susseguirsi di "task" che vengono via via loro assegnati in relazione al loro customer journey, alla shopping experience o alle necessità di scambi informativi su argomenti di interesse. Gli strumenti di interazione coinvolgono diversi tool quali:



Bullettin board

Una bacheca, articolata per sezioni e macrotemi, dove i panelisti possono riportare le proprie riflessioni nell'ambito di discussioni guidate.



Diario di bordo

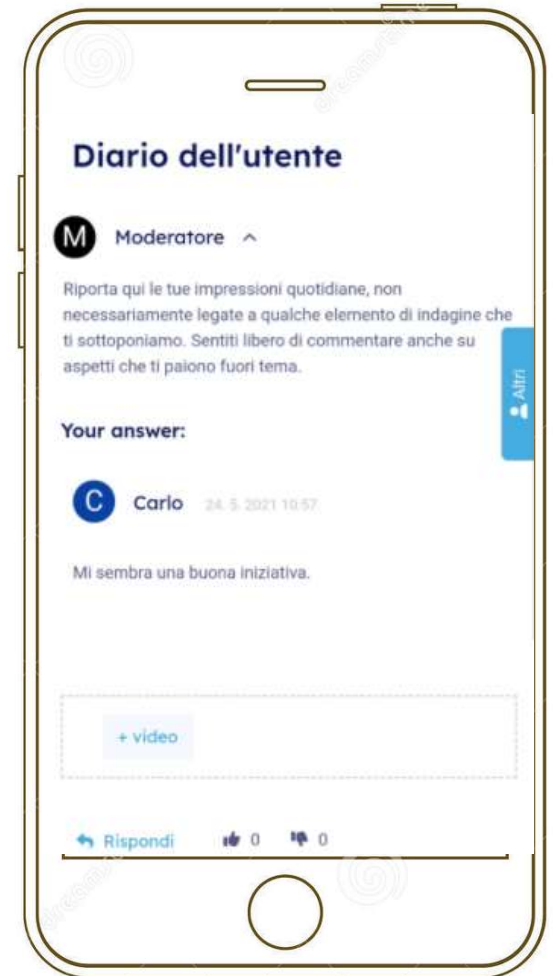
Uno spazio privato, un microblog che il panelista può compilare riportando le proprie impressioni più intime e spontanee sul tema trattato.



Polls

Proposta di sondaggi a risposta chiusa su tematiche mirate nell'ambito delle varie tappe del customer journey.

SCREENSHOT ESEMPLIFICATIVI DEL TOOL



SCREENSHOT ESEMPLIFICATIVI DEL TOOL





COME PROCEDERE

- Definizione degli strumenti di recruiting degli utenti che andranno a costruire l'insieme dei panelisti, profilazione e ingaggio
- Costruzione del panel: dai 10 ai 30 per singolo flight, per la sua gestione ottimale e la massima interazione con e tra tutti i partecipanti
- Costruzione dei contenuti dell'Insight Panel: struttura e articolazione dei temi e dei task di indagine assieme alla Direzione
- Avvio e gestione dell'Insight Panel: durata da 7 a 30 giorni a seconda della tipologia di riferimento per singolo flight e della varietà/profondità di temi da analizzare
- Analisi e reportistica, con evidenza degli stimoli raccolti e i nostri suggerimenti per lo sviluppo sulle tematiche indagate



TEMI DI POSSIBILE INDAGINE

- Offerta complessiva
- Assortimento proposto
- Qualità percepita dei prodotti
- Sostenibilità
- Pricing
- Valutazione sulle strutture distributive
- Chiarezza informativa
- Sistemi di pagamento
- Ricerca & Sviluppo (es: test nuovi prodotti/servizi/prototipi)
- Test di comunicazione (valutazione materiali, lanci pubblicitari, ecc.)
- Valutazione siti/e-commerce
- Valutazione attività sui social
- Valutazione dei fornitori/co-progettazione
- ...e tanto altro!



I VANTAGGI PER L'IMPRESA

- **Ingaggio dei partecipanti**
- **Totale personalizzazione dei contenuti**
- **Proposte per il miglioramento continuo a costo praticamente nullo**
- **Immagine di dinamicità**
- **Interazione con i collaboratori e rafforzamento del lavoro di squadra su temi specifici di miglioramento**



BEST ADVANCE S.A.S.

VIA COVIGNANO 51, 47923 RIMINI

TEL. 0541 791155 EMAIL: INFO@BESTADVANCE.IT

[MAURIZIO MORINI TEL. 335331622 EMAIL: MAUIMORINI1@GMAIL.COM](mailto:MAUIMORINI1@GMAIL.COM)