

19 Luglio 2018

Notizie dal Web n. 70

# Benedetti&Co

## Ricerche di Marketing, strumento indispensabile per conoscere e decidere



*«Ci sono due pesci che nuotano e a un certo punto incontrano un pesce anziano che va nella direzione opposta, fa un cenno di saluto e dice: "Salve, ragazzi. Com'è l'acqua?" I due pesci giovani nuotano un altro po', poi uno guarda l'altro e fa "Che cavolo è l'acqua?"».*

David Foster Wallace

Tempo fa venne da noi il nuovo Amministratore Delegato di una nota azienda di moda, leader nel pantalone da signora, con un problema. L'azienda che si apprestava a guidare aveva subito gravi flessioni nelle vendite. Gli atelier, punti vendita pluri-marca specializzati in abbigliamento da signora di fascia alta, in qualunque parte d'Italia fossero, facevano ordini sempre più contenuti e solo di pochi modelli e taglie e, nonostante questo, le richieste di reso erano notevolmente aumentate. D'altra parte, il reparto stile aveva uno team consolidato e fedele, in sartoria le nuove risorse inserite si erano perfettamente

integrate ed adattate ai processi ed agli standard dell'azienda, i tessuti utilizzati erano, come sempre, della massima qualità.

Qual era, allora, il problema? Perché i risultati non erano più soddisfacenti? Perché gli ordini erano via via crollati? Lo staff dell'Amministratore Delegato non aveva la minima idea di quali leve muovere per invertire la rotta e la situazione di questa azienda arrivò alla nostra attenzione.

Avevamo appena terminato un lavoro di ricerca per una cantina vinicola il cui problema era capire perché non tutti i ristoranti mostrassero interesse al suo vino, seppure fosse di alta qualità e con un rapporto qualità-prezzo decisamente competitivo. Ci fu subito chiaro che, come nel caso della cantina, ancora una volta ci trovavamo di fronte ad un problema di conoscenza; è vero, declinato e con sfumature diverse, ma sempre di scarsa conoscenza si trattava.

L'azienda non aveva completa chiarezza del mondo nel quale era inserita, un mondo che probabilmente dal momento della fondazione dell'impresa era cambiato o stava cambiando e che se non interpretato e capito velocemente, con nuove chiavi di lettura, rischiava di distruggere tutto il valore che era stato, fino al quel momento, creato. Non era la prima volta che la parabola della rana bollita era quanto mai attuale, e intuimmo che anche nel caso della nostra casa di moda, forse, l'azienda non era stata in grado di cogliere i lenti e gradualmente segnali di cambiamento del suo settore, e che stava rischiando, come la rana, di paralizzarsi e diventare incapace di reagire al pericolo.

***La nostra risposta al problema dell'Amministratore Delegato, fu la proposta di una ricerca di marketing, ad hoc, qualitativa, condotta attraverso colloqui individuali in profondità face to face.***

Perché? Semplice. Perché avevamo bisogno di spiegare i "perché".

Dovevamo aiutare l'azienda ad approfondire i motivi del comportamento degli atelier, dovevamo arrivare alle radici del problema ed esplicitare ciò che generava un certo comportamento d'acquisto. Dovevamo scoprire le motivazioni che spingevano, o in questo caso, frenavano, gli acquisti da parte dei clienti. Dovevamo intercettare ipotesi di soluzione. L'obiettivo esplicito della ricerca fu, dunque, verificare il posizionamento

dell'azienda presso i propri clienti e trarre alcuni elementi indicativi ai fini di un miglioramento complessivo dell'offerta in termini di prodotti e servizi, verificando, in particolare: i bisogni e le aspettative del campione di riferimento; le modalità di risposta dell'azienda rispetto alle aspettative; il comportamento della concorrenza; eventuali aree di sviluppo dell'offerta dell'azienda.

La ricerca qualitativa garantiva il vantaggio della profondità e dell'ampiezza dell'esplorazione dei fenomeni, oltre al fatto di essere uno strumento estremamente flessibile.

Raccolta del brief, dimensionamento e individuazione del campione, messa a punto del questionario, test, estensione della ricerca, analisi e valutazione dei risultati... Il metodo era sempre lo stesso, consolidato da anni di esperienza sul campo nei più svariati settori, dalla produzione di banchi frigo per bar e gelaterie alla produzione di abbigliamento; dalla commercializzazione di blisterati per la Gdo alla produzione di vino, e molti altri. Metodo efficace e sicuro per rendere un ottimo servizio al cliente.

Il risultato fu la segmentazione qualitativa del portafoglio clienti, con il posizionamento dell'azienda in ciascun segmento e le indicazioni per l'Amministratore Delegato relativamente alle opzioni strategiche per rafforzare posizionamento e potere contrattuale e sviluppare le quote di penetrazione presso i clienti.

Indicazioni concrete di miglioramento di prodotto e servizio che l'Amministratore Delegato fece sue dando una sferzata all'azienda e innescando un processo di cambiamento positivo. Il tutto, grazie alla combinazione di skill, metodo ed esperienza.

Nell'epoca del web, gli strumenti, i metodi e le tecnologie di ricerca sono accessibili a tutti; piattaforme per la ricerca on line, corsi e tutorial sulle ricerche e sulla comunicazione, sono alla portata di tutti di chiunque vi voglia accedere. La differenza, dunque, la fanno le persone, con la loro esperienza e le capacità acquisite sul campo, nell'uso degli strumenti e soprattutto nell'interpretazione del brief di ricerca, vero punto di partenza di qualsiasi progetto e nella valutazione e interpretazione dei dati raccolti.

Benedetti&Co considera le ricerche di marketing uno strumento indispensabile per aiutare gli imprenditori a conoscere ed interpretare il mare nel quale nuotano. Ha al suo attivo decine di ricerche che hanno aiutato le aziende a ridefinire la rotta, individuare nuovi spazi di business, correggere errori. L'approccio proposto da Benedetti&Co permette all'azienda di accedere a competenze specialistiche in ambiti diversi da quello strategico a quello psicologico, secondo una logica di progetto orientata ad offrire all'azienda, sempre, la migliore soluzione possibile.

Contattaci compilando il nostro form qui sotto, commenta l'articolo oppure chiama allo 030.2054803.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

---

### Milano

Via S. Michele del Carso 22  
20144 Milano  
tel. +39 02 805 057 74  
info@benedetti-co.it

### Brescia

Via Oberdan 5/7  
25128 Brescia  
tel. +39 030 205 48 03  
info@benedetti-co.it

### Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,  
Ajanta Building Flat 1,  
LD Ruparel -  
Marg Malabar Hill  
tel. +91 - 9820088817