

WHAT	<p>Acquisire una conoscenza approfondita delle dinamiche di un mercato o di una categoria di prodotto.</p> <p>Comprendere abitudini, luoghi e funzioni, e soprattutto logiche che presiedono ai principi di scelta, acquisto e utilizzo.</p>
HOW	<ul style="list-style-type: none">• Indagine CAWI di U&A integrato in modalità “single-source” con una community online di ricerca dove consumatori raccontano, commentano e spiegano attraverso testi e immagini la propria relazione con una categoria, un brand o un prodotto.• OPZIONALE → Analisi del buzz per la rilevazione delle tematiche nell’ambito delle discussioni spontanee online.
BENEFIT	<ul style="list-style-type: none">• Combina la solidità del dato numerico con la profondità e vivacità degli approcci etnografici.• Valorizza una visione “consumer-centric”, grazie alla spontaneità delle risposte che favorisce nuovi insight e nuovi punti di vista.• Efficacia di tempi e costi di un unico approccio quali-quantitative single-source.