

MKTPRICE

WHAT	Misurare la percezione di prezzo del cliente/consumatore al fine di supportare in modo concreto ed efficace le scelte di posizionamento e le politiche di pricing di un prodotto/servizio.
HOW	<p>Un pacchetto di metodologie quantitative flessibili attraverso metodologia di indagine CAWI:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ PSM – Price Sensitivity Measurement: per individuare il posizionamento prezzo ottimale di un prodotto/servizio.▪ BPTO – Brand Price Trade Off: per misurare la relazione tra brand e prezzo.▪ Price Elasticity: per verificare la reazione del consumatore al variare del prezzo.▪ Conjoint Analysis: il prezzo come componente essenziale dell'analisi di conjoint.▪ Value for money: misurare la percezione del valore del prodotto/servizio in termini di prezzo.
BENEFIT	<ul style="list-style-type: none">▪ Approcci metodologici collaudati che forniscono risultati misurabili e immediatamente fruibili.▪ Indicazioni concrete per le politiche di pricing dell'azienda.▪ Analisi del rapporto tra valore del prodotto e prezzo (supporto alle attività di concept testing).