

# MKTPRODUCT

|         |  |
|---------|--|
| WHAT    | Analizzare Il giudizio da parte del consumatore/cliente su un prodotto attraverso una prova diretta dello stesso: valutazione di un prodotto già esistente in chiave di miglioramento, estensione e diversificazione di linea, benchmark fra prodotti in competizione diretta.   |
| HOW     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Indagine CAWI.</li><li>• OPZIONALE → Indagine qualitativa classica per particolari esigenze (ad esempio: individuazione di barriere al consumo).</li></ul> Kpi's collaudati (likeability, uniqueness, premiumness, brand fit, intention to buy con e senza prezzo, profilo di prodotto, ecc.).<br>Integrazione del product test con approcci metodologici di valutazione dell'estensione di linea (TURF Analysis), del pricing e di customer satisfaction. |
| BENEFIT | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Indicatori chiari e collaudati per le scelte dell'azienda.</li><li>▪ Un supporto concreto alle politiche di prodotto.</li><li>▪ Processo decisionale semplificato e basato su dati affidabili.</li></ul>   |