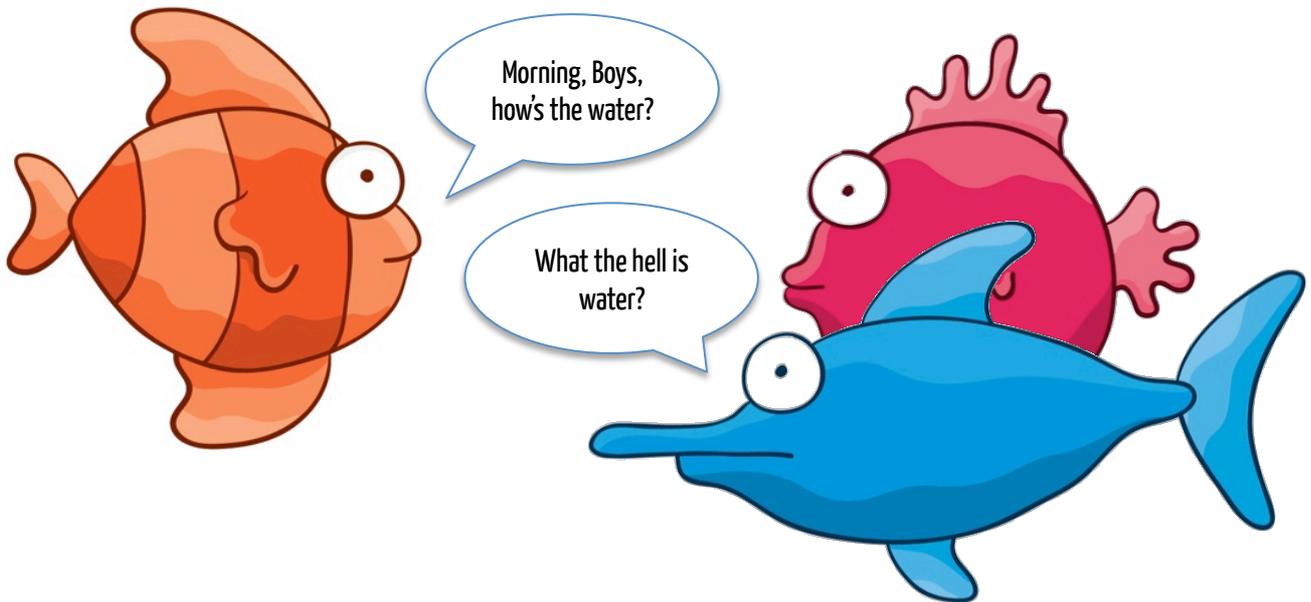


Le Soluzioni di ricerca di NEXTPLORA



I mercati, i consumatori e i comportamenti digitali sono gli elementi naturali dell'ambiente di Nextplora. Per questo Nextplora è il principale istituto esperto nell'analisi dei nuovi mercati e leader nell'impiego delle nuove metodologie di raccolta dati.



In Nextplora metodologia e tecnologia si combinano per ottenere più velocemente le informazioni, per comprendere fenomeni difficilmente analizzabili con approcci classici, e per estendere la conoscenza a nuovi comportamenti e mercati.

Con più di **50** clienti, **20** professionisti della ricerca di mercato, un panel di più di **50.000** rispondenti, e la prima community d'innovazione dei consumatori **Idee&Opinioni**, Nextplora opera in Italia per condurre studi in Europa e nei mercati emergenti. Nextplora è un istituto certificato



e aderisce a **ESOMAR**
WORLD RESEARCH



1

Innovazione e ottimizzazione di prodotti e Servizi

Nextplora accompagna le aziende nell'esplorazione dell'insight, nel coinvolgimento del consumatore su processi generativi, ideativi ed implementativi per lo sviluppo di nuovi prodotti, e nel test delle proposte da formulare ai mercati.

Grazie a metodologie e soluzioni tecnologiche proprietarie, conduce studi per mezzo di ambienti collaborativi come le community online e i blog-research, e ingaggia i consumatori in "sfide" per l'innovazione. Conduce analisi delle opinioni e discussioni spontanee in Rete. Realizza test e studi quantitativi CAWI per determinare il potenziale delle caratteristiche del prodotto.

Efficacia della pubblicità e dei media

Nextplora ha sviluppato metodologie e soluzioni uniche e distintive per analizzare gli effetti della pubblicità online sulle diverse piattaforme digitali, offrendo il massimo grado di attendibilità e precisione delle misurazioni del contributo esclusivo e combinato ai media tradizionali.



X-ADTRACK. Si compone di: **Media Profiler**, post-analisi dell'efficacia del piano media; **Online Impact**, analisi del contributo della campagna online al ricordo di marca; **Cross Media**, verifica degli effetti combinati del media-mix. A questi si unisce il **copy test** di campagne digitali e tradizionali condotto con metodologie qualitative online e CAWI, e gli effetti delle campagne nelle discussioni in rete tramite l'analisi del buzz.

3

Efficacia dei Digital Touch Points

Nextplora affianca aziende ed editori nell'analisi a supporto delle fasi di progettazione ed evoluzione delle property digitali, e degli effetti sulla relazione con la marca, nello sviluppo della preferenza e nell'orientamento all'acquisto.

Nextplora sviluppa concept, market, usability e post test dei siti web e mobile, con KPI proprietari e multi-mercati. Conduce rilevazioni della soddisfazione e dell'esperienza dell'utente con i servizi online.

Sistemi dedicati di ricerca

Bisogno di efficienza negli investimenti di ricerca di mercato delle aziende e volontà di valorizzare database di clienti trovano una risposta nei **panel** e **community** dedicate realizzate da Nextplora, grazie a soluzioni chiavi in mano che prevedono l'approntamento, la moderazione, e la gestione di progetti ricerca condivisi con l'azienda.

**4**

NEXTPLORA

Viale Toscana 13/B - 20136 Milano tel. 028311131 business.nextplora.com