

*Ricerca di mercato
per il mercato altoatesino*

Brand Monitor Alto Adige

Descrizione del prodotto



Brand equity

Un brand (o marca) forte è il patrimonio di un'azienda orientata al mercato. Il proprietario del brand investe nella sua marca e nel definire un profilo accattivante. Le consumatrici ed i consumatori devono credere nella marca e quindi preferire i prodotti ad esso associati ad altri ed essere disposti/e a pagare di più per il valore aggiunto promesso. Lo sviluppo della marca può essere supportato da metodi di ricerca di mercato.

Marca e sviluppo di marca

Ricerca sul brand

La ricerca sul brand, nell'ambito della ricerca di mercato, è offerta con una varietà di metodi ed esamina sia fattori oggettivi e misurabili, come la notorietà di marca, sia aspetti soggettivi ed emotivi che descrivono l'immagine della marca. La domanda che ci si pone all'inizio di ogni sviluppo della marca è: dove si posiziona la mia marca oggi? Ed è qui che entra in gioco il Brand Monitor Alto Adige.

Il prodotto: *Brand Monitor Alto Adige*

Il Brand Monitor Alto Adige descrive la *brand equity* (forza della marca) di marche nel mercato altoatesino sulla base di indicatori rappresentativi.

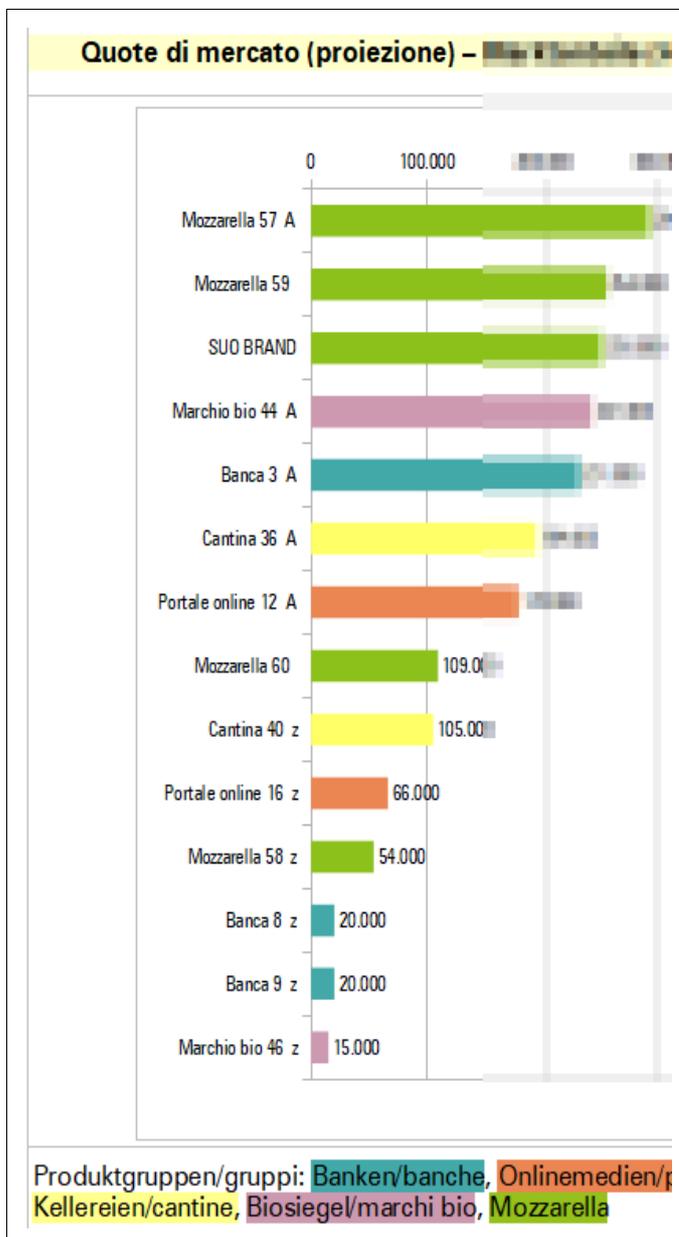
Il gruppo target dell'indagine è composto da persone maggiorenni residenti in Alto Adige nel loro ruolo di consumatori e consumatrici.

Il Brand Monitor Alto Adige utilizza interviste telefoniche senza stimoli visivi, ma con un campione rappresentativo della popolazione.

Brand equity

I dati Ogni trimestre viene attivato un gruppo di prodotti nell'ambito di un sondaggio multiscopo e all'interno di questo gruppo vengono definite delle marche specifiche.

La base dei dati si fonda su un'indagine telefonica assistita da computer su 500-750 persone maggiorenni residenti in famiglie in Alto Adige. L'intervista viene condotta in italiano o in tedesco a seconda della preferenza della persona intervistata. Il frame utilizzato è l'elenco telefonico e il panel-**apollis**.



Il Brand Monitor Alto Adige descrive la *brand equity* sulla base di quattro indicatori rappresentativi:

- la notorietà di marca (sollecitata e spontanea)
- la simpatia
- la propensione all'acquisto
- l'acquisto effettivo (quote di mercato).

A seconda del gruppo di prodotti viene registrata anche la frequenza di consumo.

Le caratteristiche rilevate si sintetizzano in indicatori che fungono da supporto per determinare le attività prioritarie di comunicazione sulla marca.

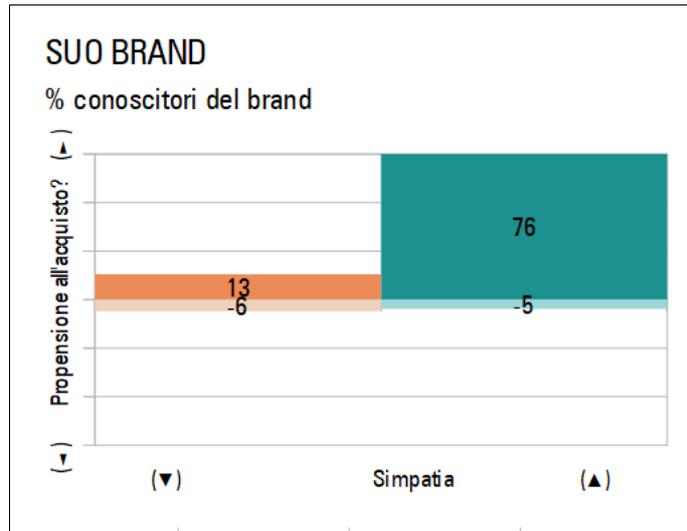
Brand Monitor Alto Adige: costi, tempi e prodotti

Clients interessati possono acquistare i risultati di ogni marca, sia essa propria o di terzi. L'acquisto dei risultati implica la consegna esclusiva dei risultati per la marca selezionata in quella specifica ondata di rilevazione. **apollis** garantisce che i risultati di questa marca non saranno venduti a nessun altro cliente in futuro, sia esso proprietario o meno della marca. Tale vincolo scade due anni dopo la data della fattura.

I valori delle marche di confronto sono riportati in forma anonima nel rapporto. In questo modo è possibile individuare la propria marca in classifica senza conoscere i nomi delle altre marche.

Sul sito web di **apollis** si trova un elenco dei gruppi di prodotti e delle marche per le quali i dati sono già disponibili e se sono previsti in una delle prossime ondate. È inoltre possibile visualizzare un esempio di rapporto.

Il Brand Monitor per una marca ha un prezzo fisso di 2.900 € più IVA (anno 2023).



Elenco marche:
<https://apollis.it/16d2524.html>

Contatto

apollis

Istituto di ricerca sociale & demoscopia
Piazza Domenicani 35
39100 Bolzano

Tel: +39-0471-970115

Mail: info@apollis.it

Fax: +39-0471-978245

Web: www.apollis.it