



Gruppoatlantide

Product Forecast

Sistema di previsione delle vendite di prodotti nuovi
o in fase di rilancio



Sommario



<u>1. Background</u>	3
<u>2. Obiettivi</u>	4
<u>3. Target della ricerca. Campione</u>	5
<u>4. Metodo</u>	6
<u>5. L'algoritmo</u>	7
<u>6. "Lista della Spesa"</u>	8
<u>7. Il Gruppo Atlantide</u>	9
<u>8. Il team di Gruppo Atlantide ha già collaborato con:</u>	10

Product Forecast, sistema di previsione delle vendite di prodotti nuovi o in fase di rilancio, è frutto della pluriennale esperienza maturata dal Gruppo Atlantide nell'applicazione di tecniche di conjoint analysis e di modelli di simulazione avanzati.

Product Forecast dà **risultati di vendita effettivi**. Il potenziale acquirente nel corso del test decide se acquistare o meno i prodotti/servizi proposti. Solo alla fine del colloquio saprà che si trattava di una vendita simulata e non reale.

Product Forecast dà quindi l'indicazione effettiva degli acquisti che sarebbero stati effettuati con una vendita reale. Non si parla di "interesse", "propensione all'acquisto", "intenzione di acquisto" ma di **acquisto effettivo**.

Obiettivo generale di Product Forecast **è la stima delle vendite di prodotti nella fase anteriore al loro lancio (o rilancio):** quante unità potranno essere **vendute nel periodo di lancio.**

A questo obiettivo si associano poi ulteriori contenuti informativi specifici:

- A.** L'interesse per il prodotto offerto, a prescindere da proponente, prezzo...
- B.** I fattori di attrattività/non attrattività del prodotto.
- C.** La coerenza tra il prodotto e il suo proponente.
- D.** Il giudizio sul prezzo.
- E.** L'esposizione degli interessati al prodotto alle forme di pubblicità previste.
- F.** Profilo degli acquirenti.
- G.** Profilo degli acquirenti (età, sesso, residenza, acquisti pregressi...)

...

Target della ricerca. Campione



Le caratteristiche del target sono definite d'intesa con il Committente (sociodemo; abitudini d'acquisto; propensione ad acquisti futuri; ...)

Product Forecast è realizzato con un campione di 400 persone.

Il campione delle persone in test è selezionato attraverso uno screening preliminare con domande filtro, per individuare le persone in target.

I test sono realizzati CAPI o CAWI, a seconda delle esigenze.

Con i potenziali acquirenti si effettua una vendita simulata. I partecipanti, fino alla fine del colloquio, hanno la percezione di scegliere se acquistare o no il prodotto proposto. Di seguito, uno stralcio del test..

Formula di apertura (inizio test):

“YYY ha intenzione di proporre un nuovo prodotto. Per evitare inutili sprechi dannosi per l’economia e l’ambiente, ha deciso di verificare prima l’interesse per questo prodotto e ci ha chiesto di contattare i possibili acquirenti per conoscere se sono intenzionati all’acquisto.

Ora lei avrà la possibilità di esaminare il nuovo prodotto e decidere se acquistarlo”.

Formula di chiusura (fine test):

“Grazie per la sua collaborazione. Nei prossimi giorni continueremo a contattare altri possibili acquirenti. Se sarà raggiunto un numero sufficiente di acquirenti, YYY deciderà il lancio del prodotto e Lei ne sarà informato attraverso la pubblicità”.

Product Forecast fornisce la stima delle vendite in fase di lancio (o rilancio) del prodotto. Il modello predittivo poggia sul seguente algoritmo:

$$SV = (U \times aB \times aC \times aD \times aE \times aF \times aG \times aH) \pm md'e$$

dove:

SV = stima delle vendite

U = universo di riferimento

B = contenuto del prodotto

C = proponente il prodotto

D = prezzo e condizioni

E = stima GRP'S

F = contenuto del messaggio

G = copertura dei canali distributivi

H = tiratura del prodotto

a = pesi attribuiti alle variabili B, C, D, E, F, G, H

md'e = margine d'errore statistico.

Il Gruppo Atlantide garantisce che Product Forecast è realizzato nel pieno rispetto del codice deontologico ESOMAR (The World Association of Research Professionals) cui aderisce.

“Lista della spesa”

I materiali necessari per Product Forecast (la c.d. “Lista della Spesa”) dovranno essere in linea con quanto verrà presentato in fase di lancio del prodotto. In assenza di prototipi si possono utilizzare anche i materiali descritti di seguito

LISTA DELLA SPESA:

- nome del prodotto
- chi lo propone
- descrizione del prodotto
- immagini e/o video descrittivi
- prezzo
- eventuali condizioni specifiche di vendita
- canali di vendita e % prevista di copertura
- Canali pubblicitari e GRP'S
- Tiratura

Il Gruppo Atlantide è coordinato da [Bruno Patierno](#). Con il Gruppo Atlantide collaborano scienziati, artisti, docenti universitari, professionisti del marketing e della comunicazione, uniti dal comune interesse di realizzare assieme a imprese ed enti attività ecosostenibili e di utilità sociale.

Product Forecast si inserisce in questa visione perché serve ad identificare i prodotti di potenziale successo ed evitare il lancio di prodotti non di successo, che causerebbero inutili perdite di risorse.

Il Gruppo Atlantide attraverso i suoi siti, le sue newsletter, i suoi eventi sul territorio e nel web dialoga stabilmente con circa 1.000.000 di cittadini e con circa 6.000 manager di enti ed imprese.

Il team di Gruppo Atlantide ha già collaborato con:



ABB
ABOCA
ACTIONAID
AIAB
AKTIVHAUS
ALTROCONSUMO
ARDA
AUTOGRILL
BANCA ETICA
CAMPANIA FILM COMMISSION
CERMEC
CITTALIA
COMUNE DI CALVELLO
COMUNE DI GELA
COMUNE DI GRUMENTO NOVA
COMUNE DI MARSICO NUOVO
COMUNE DI MARSICOVETERE
COMUNE DI MOLITERNO
COMUNE DI MONTEMURRO
COMUNE DI NAPOLI
COMUNE DI PATERNO
COMUNE DI SPINOSO
COMUNE DI TRAMUTOLA
COMUNE DI VARESE LIGURE
COOP

COREPLA
DANONE
ECOMONDO
ECOR NATURASI'
ENEA
ENI
ENI FOUNDATION
ÈNOSTRA
ERG
FAIRPHONE
FAO
FEEM
FLORA
FONTI DI VINADIO
GALBANI
GREENPEACE
GRUPPO GEDI
GRUPPO 24 ORE
HONDA
IMQ
KEO PROJECT
KERAKOLL
LEXMARK
LUCANA FILM COMMISSION
LUSH

MAROTTA&CAFIERO
MEDICI CON L' AFRICA CUAMM
MONDADORI
NH ITALIA
OPEL
PARCO NAZIONALE APPENNINO
LUCANO
PATAGONIA
RAI CINEMA
RCS
REGIONE CAMPANIA
SKY
SORGENIA
TETRAPAK
TIM
UNIONE EUROPEA
UNIVERSITÀ FEDERICO II
UNIVERSITA' PARTHENOPE
UNIVERSITA' DI TRENTO
VIASAT
WELEDA
WINDTRE