

SAFE

Sales Forecast Editorial products

Presentazione



Gruppoatlantide

INDICE

1. Cos'è SAFE	3
2. Target della ricerca	4
3. Metodo. Tempi di realizzazione	5
4. Obiettivo	6
5. Il modello predittivo	7
6. Il Gruppo Atlantide	8

COS'È SAFE

SAFE è una ricerca di marketing che consente una accurata previsione delle vendite dei prodotti editoriali. Si applica a:

- Abbonamenti a quotidiani e periodici, cartacei e digitali
- Abbonamenti a piattaforme tv, canali o sezioni di piattaforme tv
- Abbonamenti a siti e piattaforme web
- Libri cartacei e digitali
- Prodotti editoriali collaterali
- ...

SAFE è frutto della pluriennale esperienza maturata dal nostro team, diretto da Bruno Patierno, coordinatore del Gruppo Atlantide, nell'utilizzo di modelli di discriminazione fattoriale applicati alle ricerche sui prodotti editoriali.

SAFE dà **risultati di vendita effettivi**. I partecipanti alla ricerca nel corso del test decidono se acquistare o meno i prodotti/servizi proposti, come accadrebbe in una situazione reale.

SAFE 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**.

Questo dà indicazioni fondamentali ai Committenti sul potenziale dei prodotti prima del loro lancio (o rilancio) e consente anche di determinare le strategie migliori per il loro successo, verificando anche la sensibilità dei potenziali acquirenti al prezzo, alla comunicazione, ai sistemi di distribuzione, alla coerenza tra prodotto e proponente...

TARGET DELLA RICERCA

Le persone partecipanti alla ricerca sono selezionate attraverso uno screening preliminare con domande filtro che serve ad individuare quanti negli ultimi 12 mesi hanno acquistato prodotti editoriali analoghi a quelli oggetto del test e sono interessati a nuovi acquisti.

Sono le persone che hanno questi requisiti che parteciperanno a SAFE.

La persona selezionata, fino alla fine del test, ha la percezione di scegliere effettivamente se acquistare o meno i prodotti proposti. Solo alla fine del test la persona viene informata di aver partecipato ad una vendita simulata, necessaria per determinare in anticipo l'effettivo interesse per i prodotti ed evitare così inutili sprechi dannosi per l'economia e l'ambiente.



METODO. TEMPI DI REALIZZAZIONE

Il test viene effettuato replicando i canali (fisici e/o digitali) attraverso cui il prodotto sarà offerto. Quindi se p. es. il prodotto sarà offerto via web le interviste saranno CAWI, se sarà offerto via punti vendita fisici le interviste saranno face to face ... La numerosità del campione necessaria è normalmente di 400 persone.

Per poter applicare SAFE è necessario ricevere dal Committente una serie di elementi che saranno sottoposti a test:

- Concept del prodotto editoriale: descrizione e Visual
- Nome del proponente
- Prezzo e condizioni di vendita
- Canali di comunicazione e stima del GRP'S
- Canali di distribuzione (dove/come può essere acquistato il prodotto)

I risultati di SAFE sono normalmente disponibili dopo 3 settimane dalla consegna degli elementi necessari da parte del Committente.



OBIETTIVO

Obiettivo generale di SAFE è la **stima delle vendite di prodotti editoriali nella fase anteriore al loro lancio (o rilancio)**: quante unità si stima saranno **vendute nel periodo di lancio**.

A questo obiettivo si associano poi ulteriori contenuti informativi specifici:

- A. Il potenziale teorico di mercato. Quanti hanno 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 ed il suo proponente.
- D. Il giudizio sul prezzo.
- E. L'esposizione degli interessati al prodotto alle forme di pubblicità previste.
- F. Altri media giudicati, dai potenziali acquirenti, adatti a veicolare la conoscenza dell'offerta.
- G. Profilo degli acquirenti (età, sesso, residenza, acquisti pregressi...)

...

IL MODELLO PREDITTIVO

SAFE fornisce la previsione delle vendite (SF: Sales Forecast) dei prodotti editoriali sottoposti a test. Il modello predittivo poggia sul seguente algoritmo, elaborato attraverso l'applicazione della discriminazione fattoriale, studiata ed utilizzata con successo dal nostro team a partire dal 2005:

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

dove:

SF = Sales Forecast

U = universo di riferimento

B = contenuto del concept /prodotto

C = proponente il concept

D = prezzo e condizioni

E = pubblicità e GRP'S

F = contenuto del messaggio

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

md'e = margine d'errore statistico, pari al 10% con campione di 400 casi

Il Gruppo Atlantide garantisce che SAFE è realizzato nel pieno rispetto del codice deontologico ICC/ESOMAR cui aderisce.

IL GRUPPO ATLANTIDE

Il Gruppo Atlantide è composto da una rete di imprese e professionisti che collaborano alle varie iniziative: attività di formazione, analisi di mercato, studio di nuove tecnologie, iniziative di marketing del territorio, attività di e-commerce, produzione di nuovi media, iniziative di comunicazione, organizzazione di eventi.

Nel mondo dell'editoria cartacea e digitale il Gruppo Atlantide ha già prestato la sua collaborazione con analisi di mercato a: Altroconsumo Edizioni; Cairo Editore; Caltagirone Editore; Class Editori; Condè Nast Italia; De Agostini; Disney; Editrice Quadratum; Edizioni Morelli; GEDI; Gruppo Mondadori; Hachette; Hearst; Feltrinelli Media; Il Sole 24 Ore; Mediaset; NBC Universal; Periodici San Paolo; RAI; RCS MediaGroup.

Il Gruppo Atlantide è coordinato da Jacopo Fo e da Bruno Patierno. Nasce dall'unione di esperienze maturate nel mondo della cultura, dell'arte, del management. Con il Gruppo Atlantide collaborano scienziati, artisti, docenti universitari, professionisti del marketing e della comunicazione, tutti uniti dal comune interesse di realizzare attività ecosostenibili e di utilità sociale.

www.gruppoatlantide.it

