

Customer Satisfaction prodotti biologici

Si tratta di un esempio in cui si espone la metodologia di lavoro. Dati e considerazioni non sono riconducibili a realtà esistenti.

SdV infatti non pubblica informazioni dei propri clienti per ovvi motivi di riservatezza.



1 INTRODUZIONE



2 RISULTATI TOTALI



3 APPROFONDIMENTI
STATISTICI



4 CONCLUSIONI E
SINTESI DELLE PRINCIPALI
EVIDENZE



5 APPENDICE:
RISULTATI SUDDIVISI
PER GENERE

CAPITOLO 1

Introduzione

PREMESSA

- × Indagine sulla soddisfazione dei clienti in merito ai prodotti biologici dell'Azienda AB
- × In totale sono stati ricevuti ed esaminati ai fini della rilevazione 1.270 questionari. Considerando l'universo complessivo di 24.000 utenti, il response rate è pari al 5,3%.

TARGET GROUP

- × Iscritti alla mailing list dell'Azienda

MODALITA' DI SOMMINISTRAZIONE DEI QUESTIONARI

- × Online (con modalità CAWI – Computer Assisted Web Interviewing), inviando a ciascun nominativo email trasferito dall'Azienda una comunicazione contenente il link personalizzato ed utilizzabile una sola volta dall'utente per la compilazione dell'indagine

OBIETTIVI PERSEGUITI

- × Conoscere gli elementi distintivi dell'Azienda attribuiti dai propri consumatori
- × Valutare punti forti e punti deboli dell'Azienda
- × Capire se l'immagine percepita dell'Azienda è in linea con la strategia di distribuzione adottata

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

Il booklet finale risulta composto delle seguenti sezioni:

- × Risultati complessivi
- × Approfondimenti statistici
- × Conclusioni e sintesi delle principali evidenze
- × Appendice: Risultati suddivisi per le segmentazioni di interesse (genere, età, ecc.).

Nota: si considerano esclusivamente quelle segmentazioni che permettono di garantire l'anonimato delle risposte.

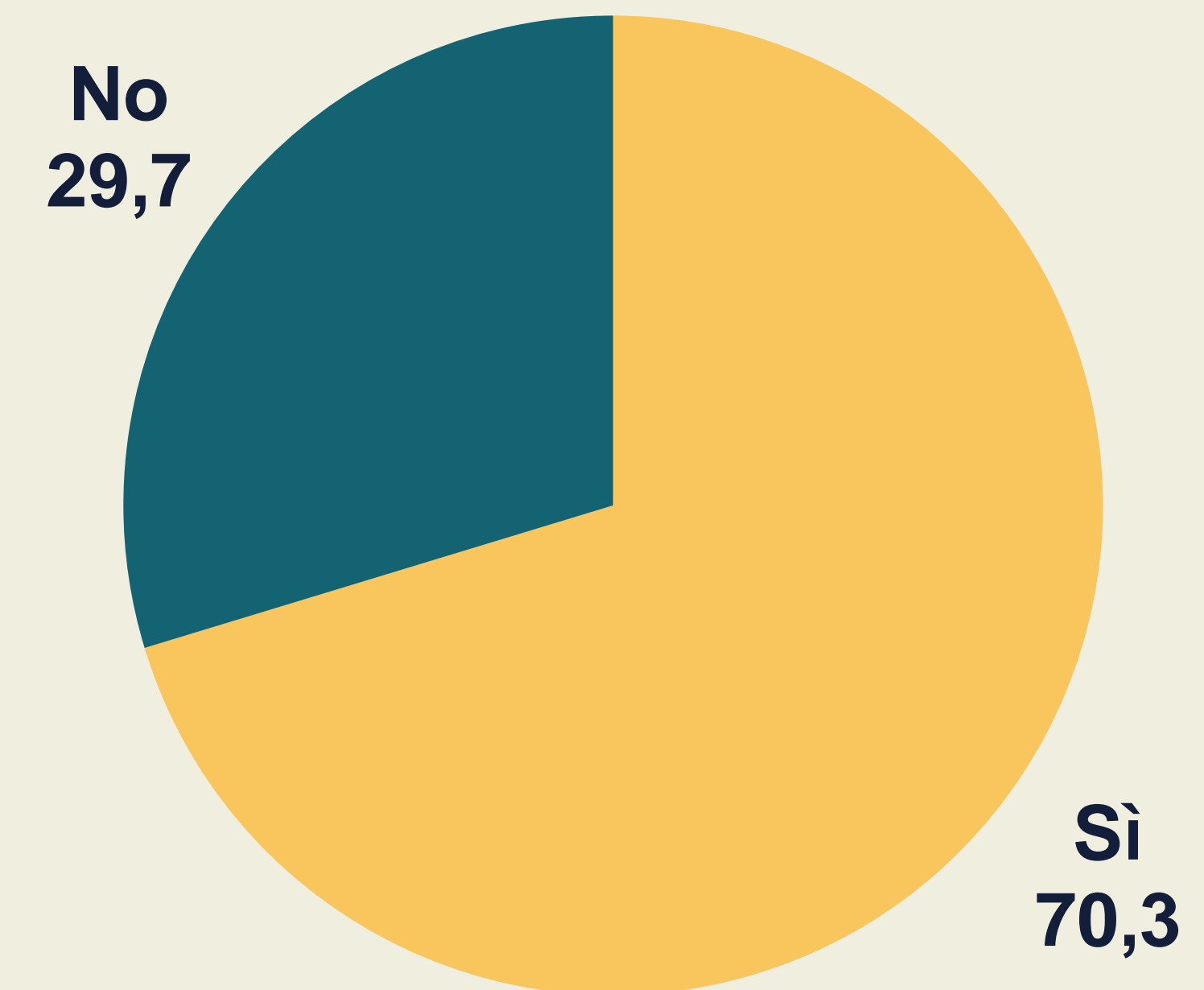
CAPITOLO 2

Risultati totali

1. Lei acquista normalmente prodotti biologici?

Risposte	% Totale
Sì	70,3
No	29,7
Totale	100

Commenti ai risultati

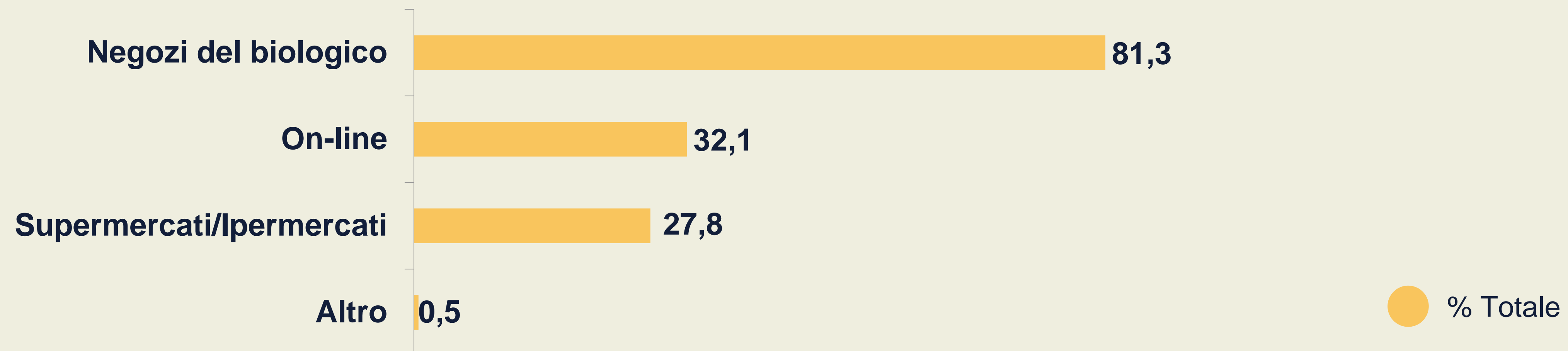


2. In quali tipi di punti vendita acquista questi prodotti? (Risposta multipla)

Risposte	% Totale
Negozi del biologico	81,3
On-line	32,1
Supermercati/Ipermercati	27,8
Altro	0,5
Totale	100

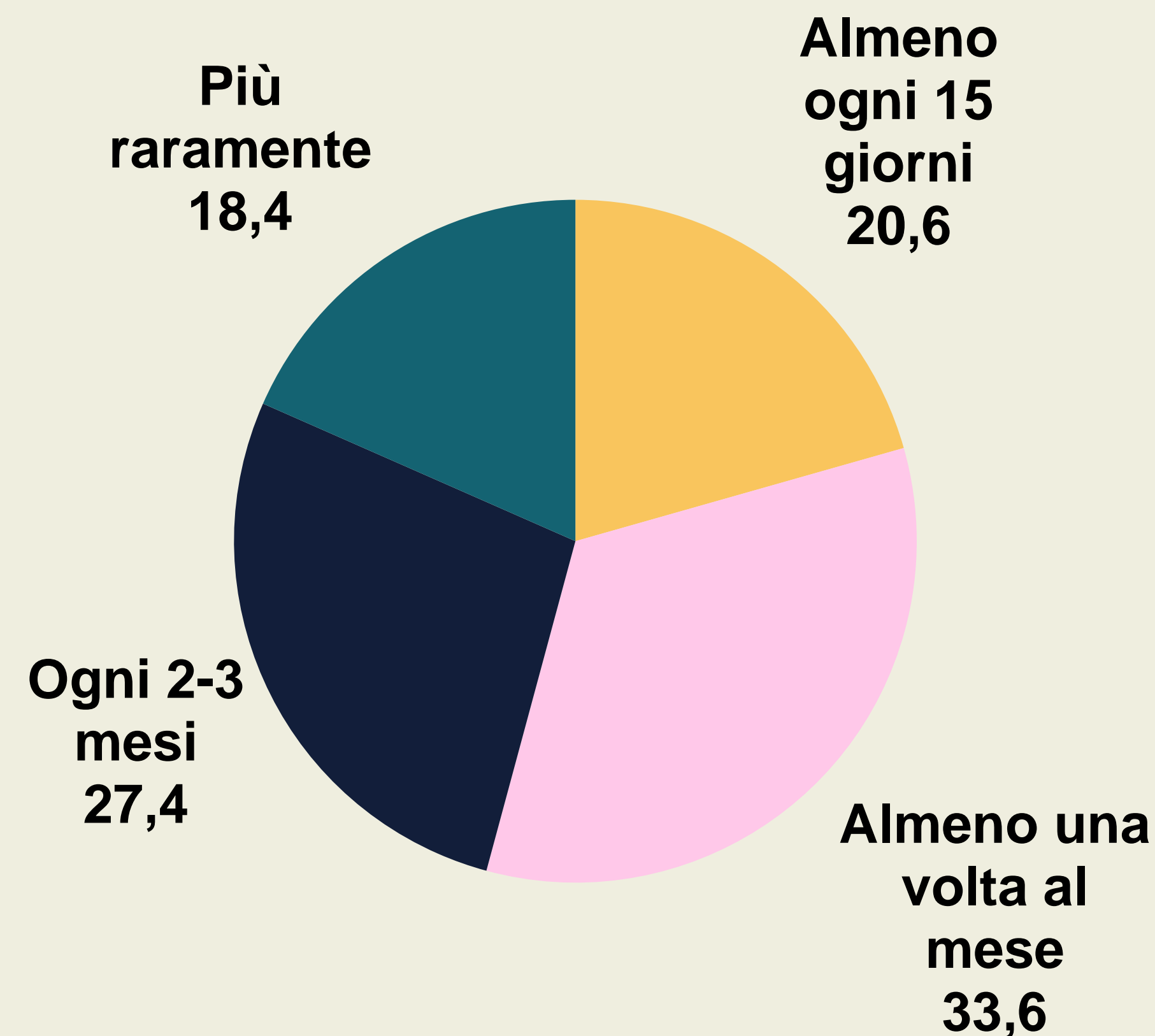
Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi acquista normalmente prodotti biologici.



3. Ogni quanto effettua acquisti di questi prodotti?

Risposte	% Totale
2-3 volte a settimana	20,6
1 volta a settimana	33,6
1 volta ogni 15 gg	27,4
1 volta al mese	18,4
Totale	100
Valore medio	Circa 1 volta a settimana



Commenti ai risultati

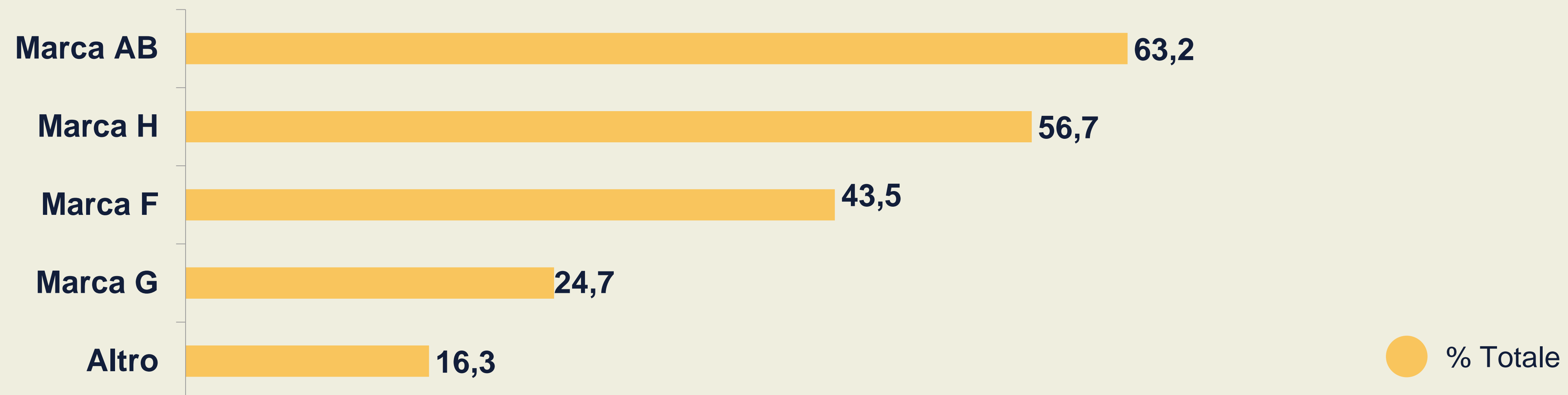
Nota: ha risposto a questa domanda solo chi acquista normalmente prodotti biologici.

4. Quali marche acquista? (*Risposta multipla*)

Risposte	% Totale
Marca AB	63,2
Marca H	56,7
Marca F	43,5
Marca G	24,7
Altro	16,3
Totale	100

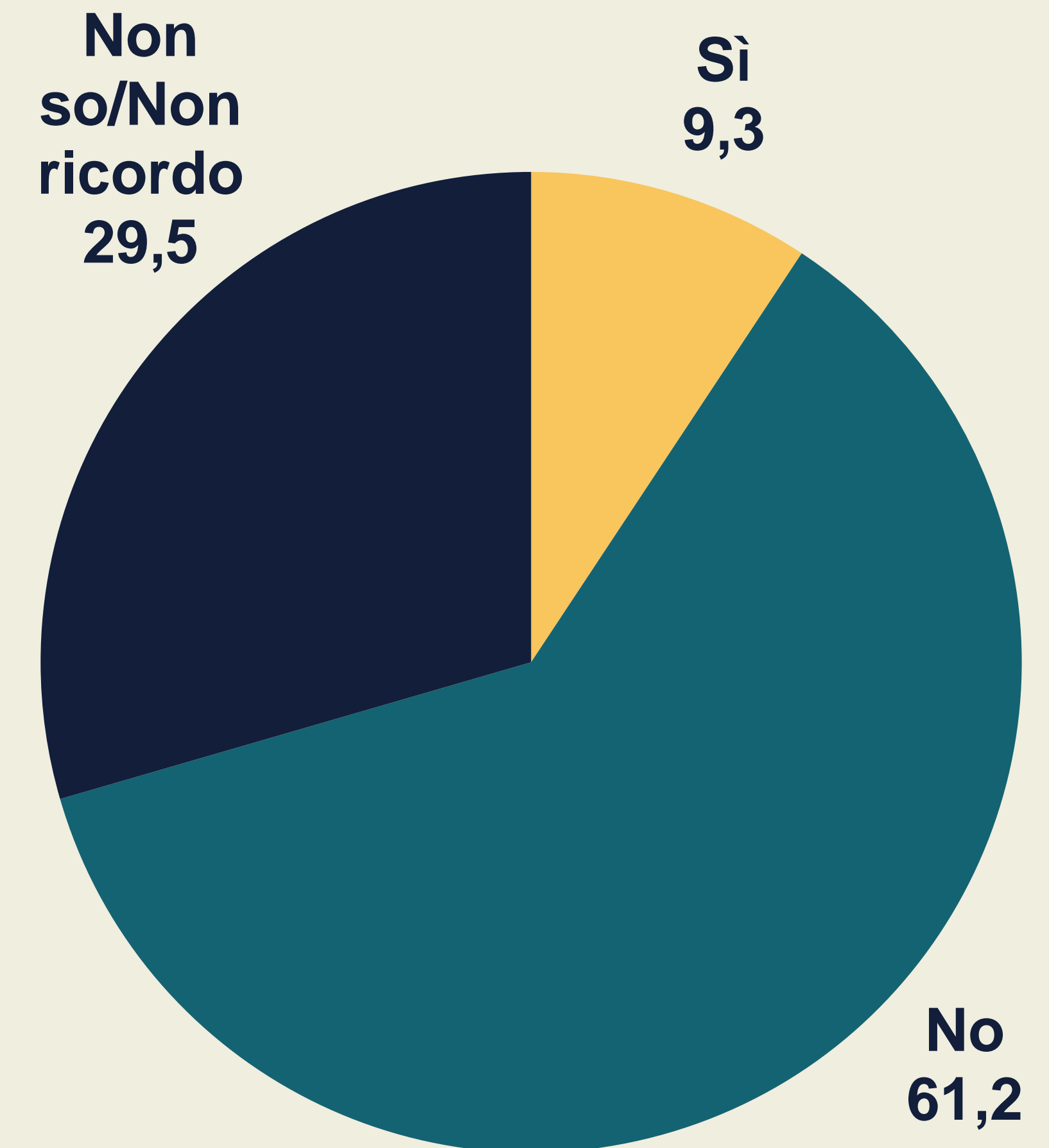
Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi acquista normalmente prodotti biologici.



5. Ha mai provato i prodotti della nostra Azienda?

Risposte	% Totale
Sì	9,3
No	61,2
Non so/ Non ricordo	29,5
Totale	100



Commenti ai risultati

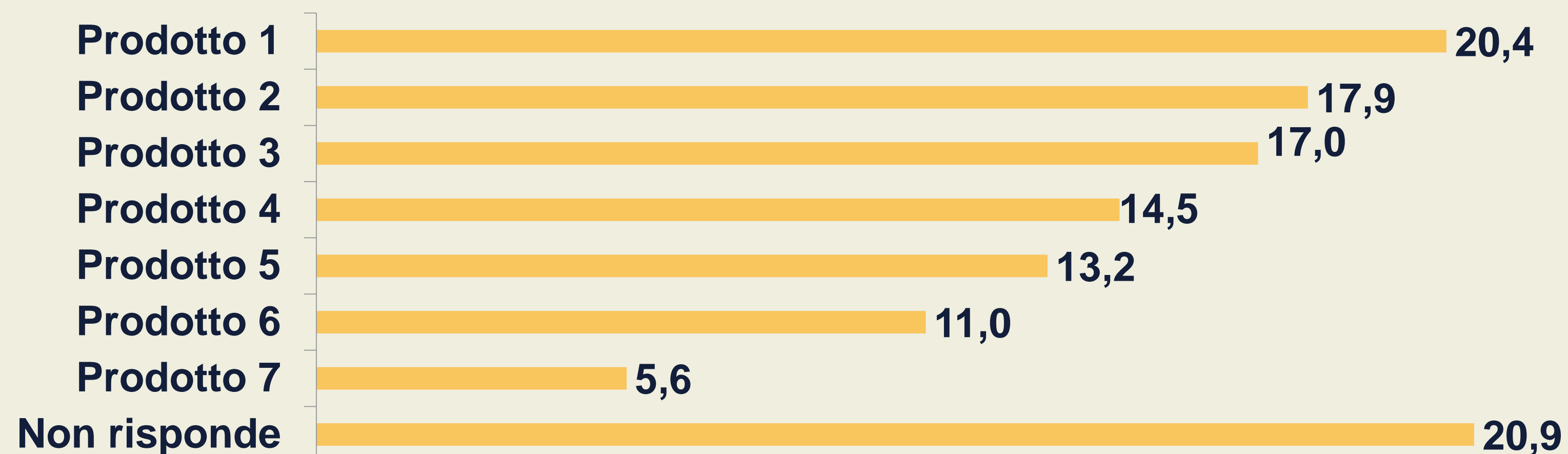
Nota: ha risposto a questa domanda solo chi non ha indicato l'Azienda AB nella domanda 4.

6. Può indicarci quali prodotti della nostra Azienda ha acquistato? (Risposta multipla)

Risposte	% Totale
Prodotto 1	20,4
Prodotto 2	17,9
Prodotto 3	17,0
Prodotto 4	14,5
Prodotto 5	13,2
Prodotto 6	11,0
Prodotto 7	5,6
Non risponde	20,9
Totale	100

Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB



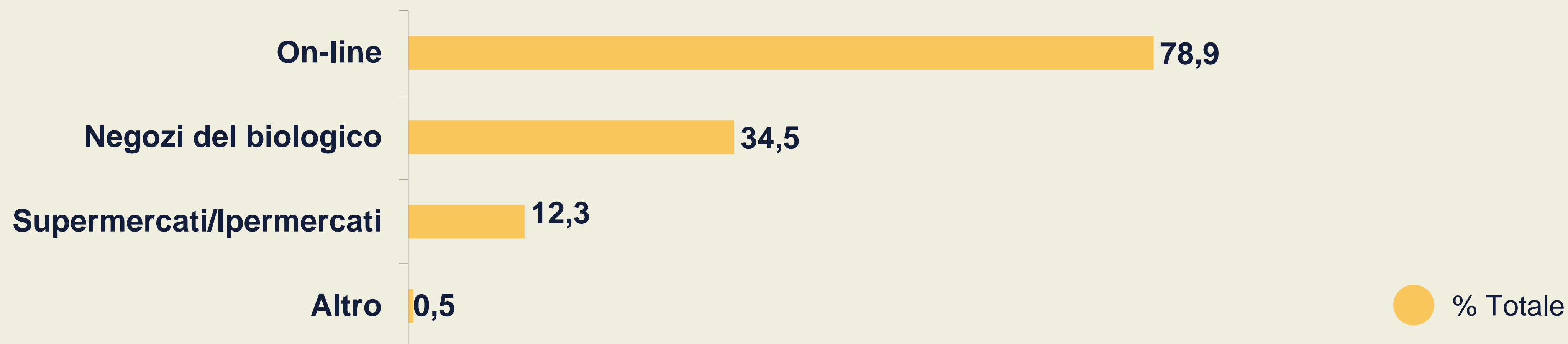
● % Totale

7. In quali tipologie di punti vendita ha acquistato i prodotti della nostra Azienda? (*Risposta multipla*)

Risposte	% Totale
On-line	78,9
Negozi del biologico	34,5
Supermercati/Ipermercati	12,3
Altro	0,5
Totale	100

Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB

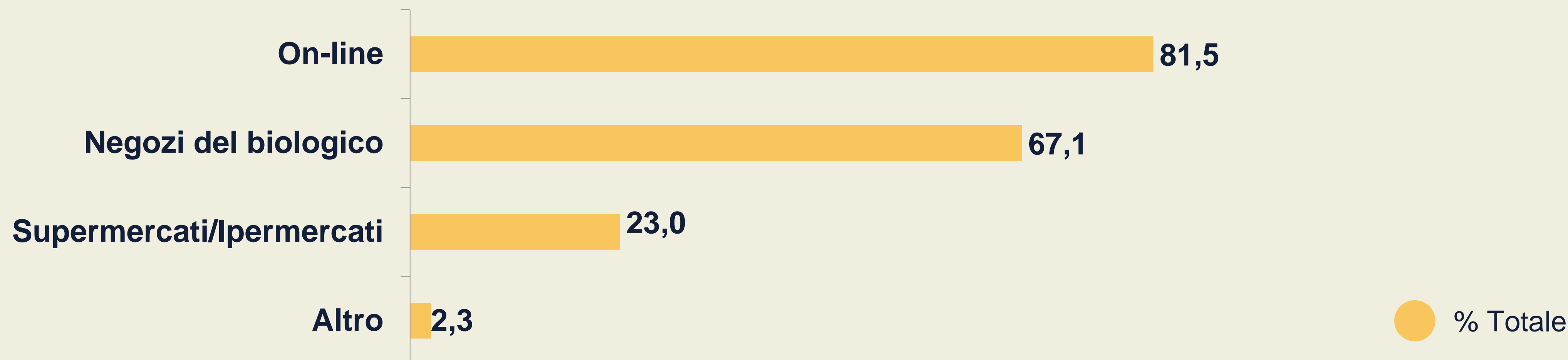


8. Ci indichi in quali dei seguenti canali di vendita per lei dovrebbero essere presenti i nostri prodotti (*Risposta multipla*)

Risposte	% Totale
On-line	81,5
Negozi del biologico	67,1
Supermercati/Ipermercati	23,0
Altro	2,3
Totale	100

Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB

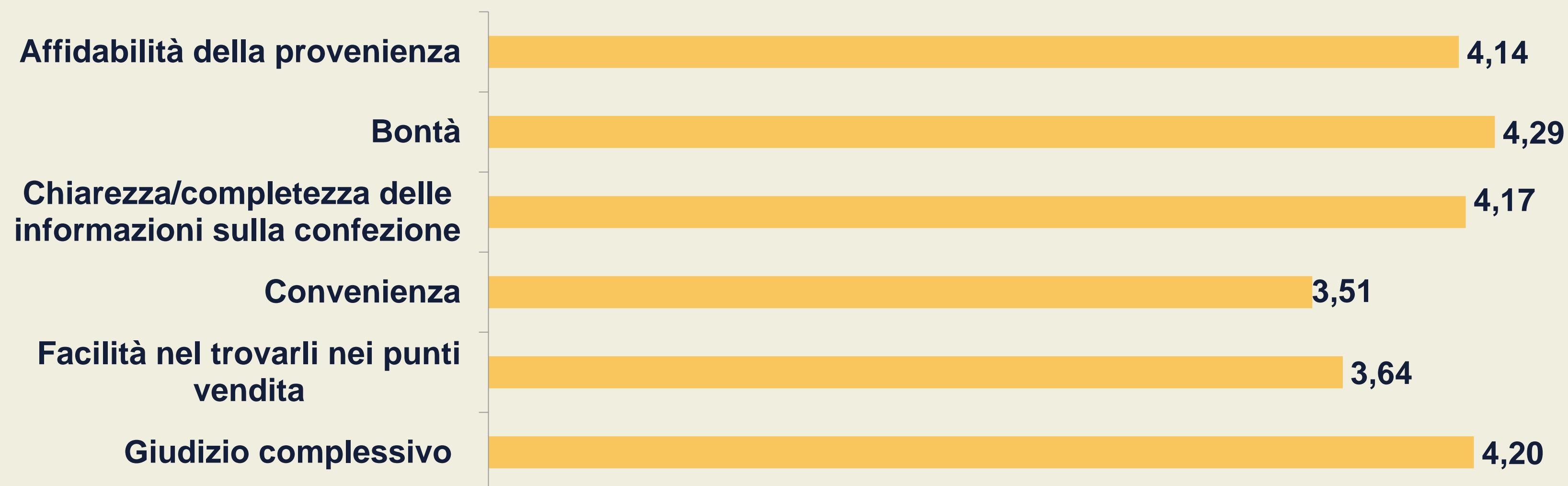


9. Da 1 a 5 quale voto assegna ai seguenti aspetti dei nostri prodotti acquistati? (dove 1=pessimo, 2=insufficiente, 3=sufficiente, 4=buono, 5=ottimo)

Risposte	Insufficie Sufficien					Voto medio
	Pessimo	nte	te	Buono	Ottimo	
Affidabilità della provenienza	0,5	3,2	18,9	37,0	40,4	4,14
Bontà	0,2	1,1	18,0	31,0	49,7	4,29
Chiarezza/completezza delle informazioni sulla confezione	0,7	1,3	20,9	35,0	42,1	4,17
Convenienza	8,0	8,8	31,0	28,5	23,7	3,51
Facilità nel trovarli nei punti vendita	2,9	6,1	37,0	32,0	22,0	3,64
Giudizio complessivo	2,0	2,5	11,9	40,7	42,9	4,20

Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB



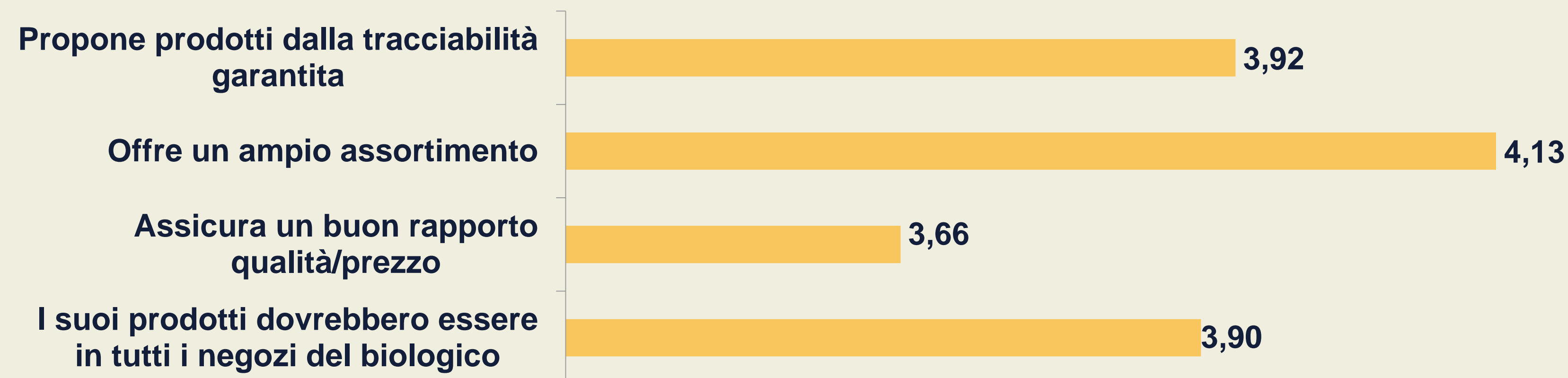
● Voto medio

10. Riguardo l'Azienda AB, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

Risposte	Per niente	Poco	Sufficientemente	Sostanzialmente	Perfettamente	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	1,3	1,6	30,2	37,2	29,7	3,92
Offre un ampio assortimento	0,4	1,5	18,7	43,8	35,6	4,13
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	2,2	5,5	40,9	26,7	24,7	3,66
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	3,4	3,8	24,7	35,9	32,2	3,90

Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB

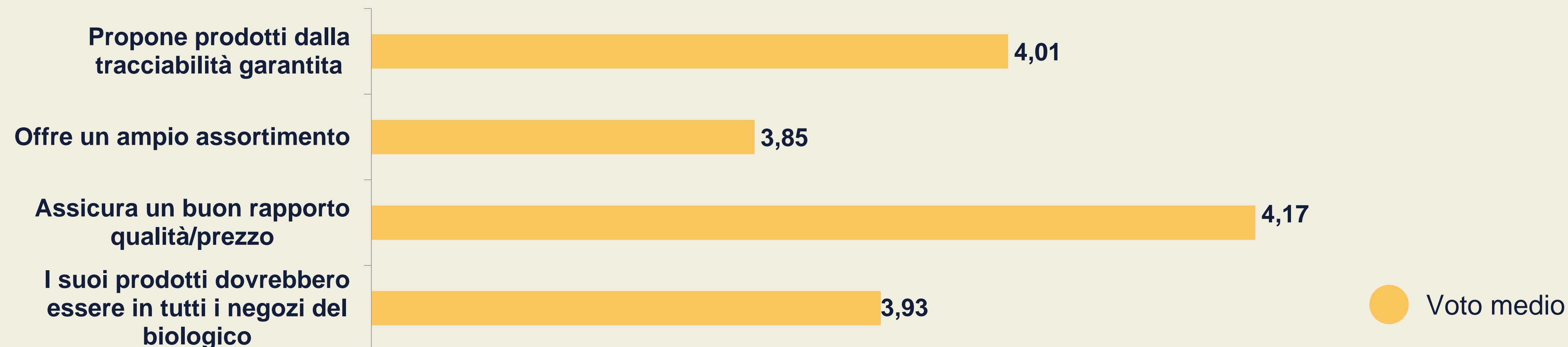


11. Riguardo l'Azienda H, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

Risposte	Per niente	Poco	Sufficientemente	Sostanzialmente	Perfettamente	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	1,9	1,4	21,0	45,0	30,7	4,01
Offre un ampio assortimento	2,3	4,7	28,9	34,1	30,0	3,85
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	0,2	0,9	18,1	43,1	37,7	4,17
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	5,1	5,5	19,0	32,1	38,3	3,93

Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB

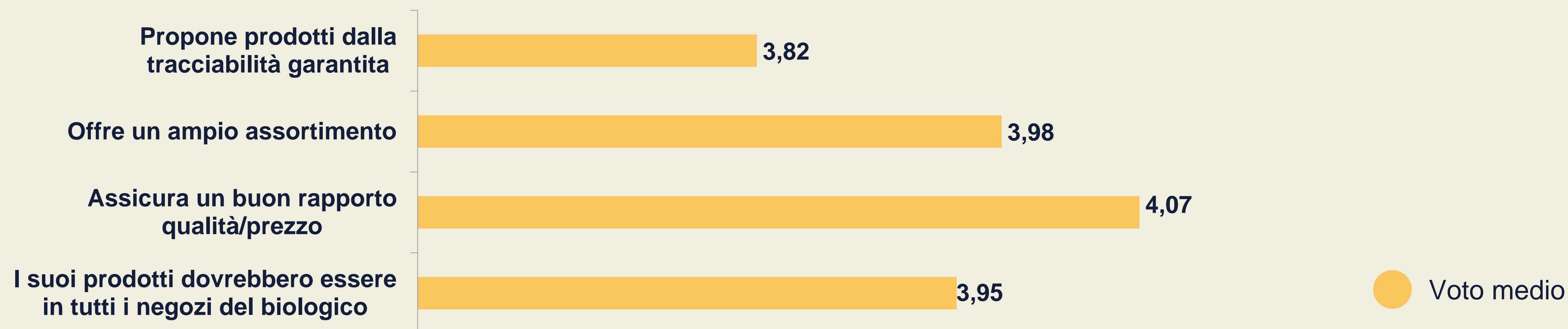


12. Riguardo l'Azienda F, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

Risposte	Per niente	Poco	Sufficientemente	Sostanzialmente	Perfettamente	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	3,3	5,6	24,0	40,1	27,0	3,82
Offre un ampio assortimento	0,9	1,6	29,9	34,1	33,5	3,98
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	1,5	2,7	18,1	43,1	34,6	4,07
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	4,3	4,8	21,0	31,6	38,3	3,95

Commenti ai risultati

Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB

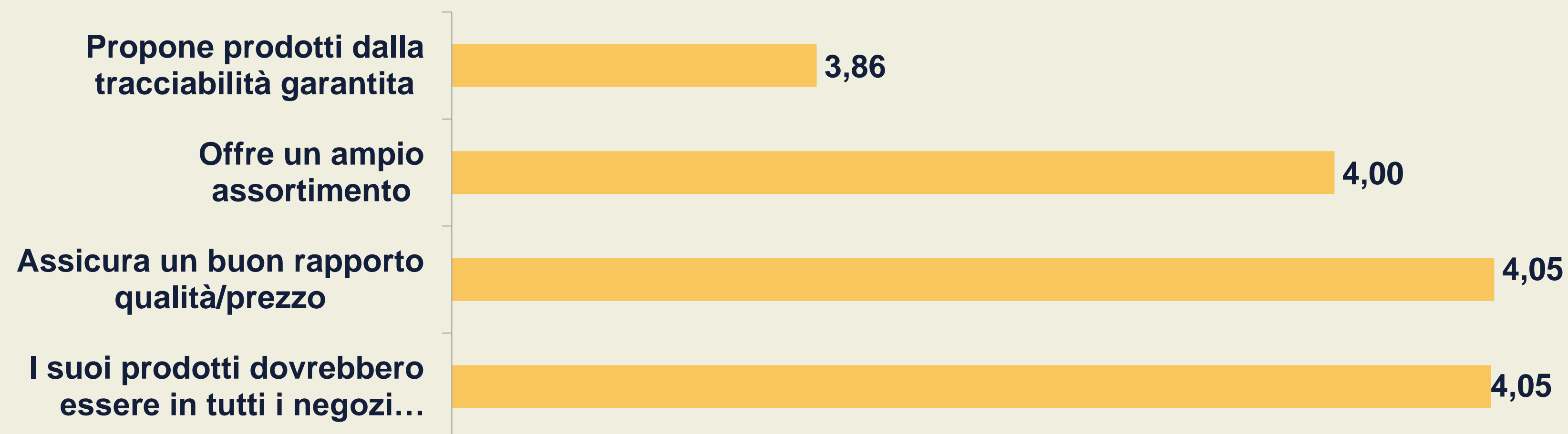


13. Riguardo l'Azienda G, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

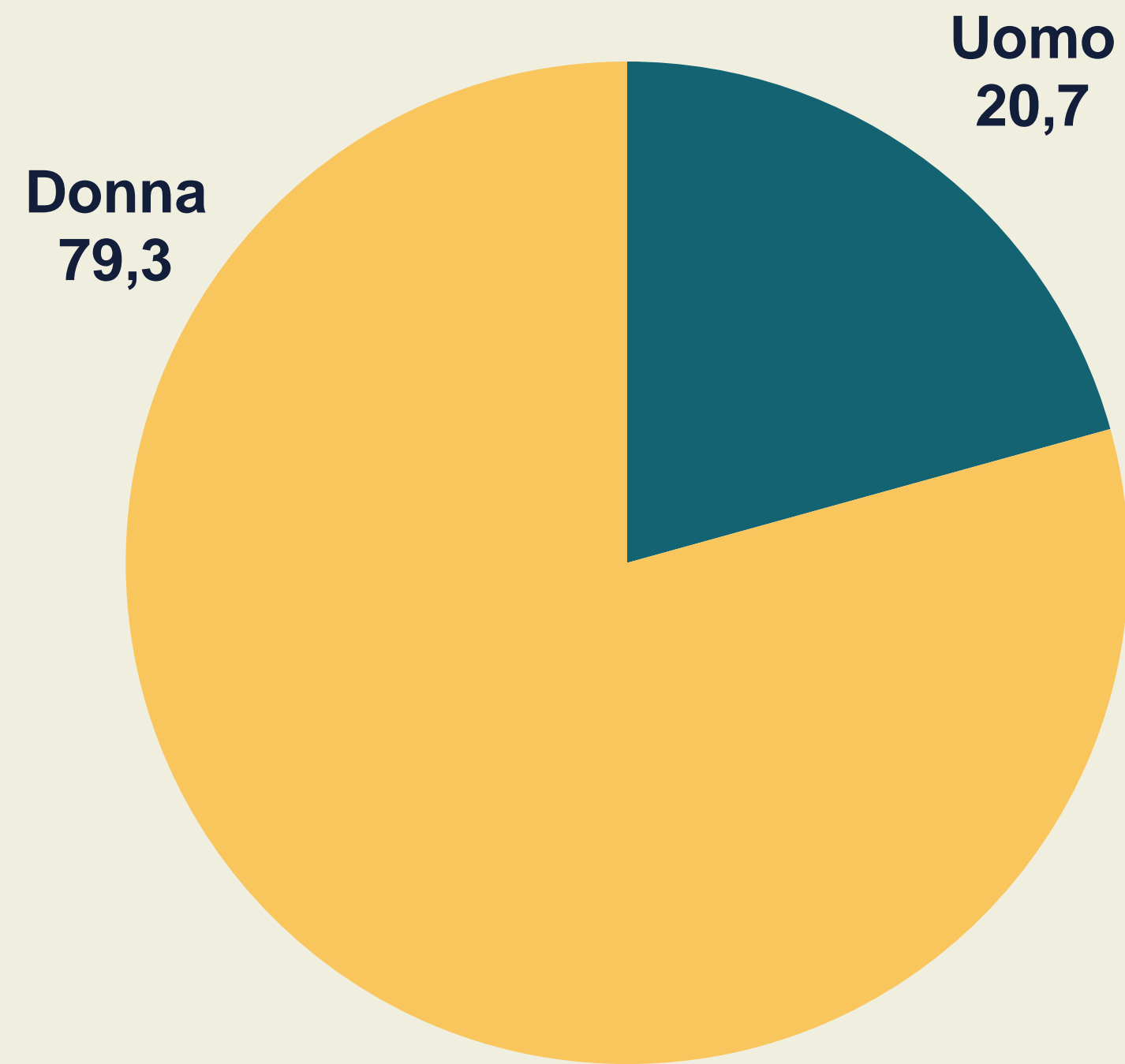
Risposte	Per niente	Poco	Sufficientemente	Sostanzialmente	Perfettamente	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	2,1	5,6	24,0	41,3	27,0	3,86
Offre un ampio assortimento	0,9	2,3	27,5	34,1	35,2	4,00
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	1,5	2,7	20,1	40,7	35,0	4,05
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	3,5	3,5	17,6	35,4	40,0	4,05

Commenti ai risultati

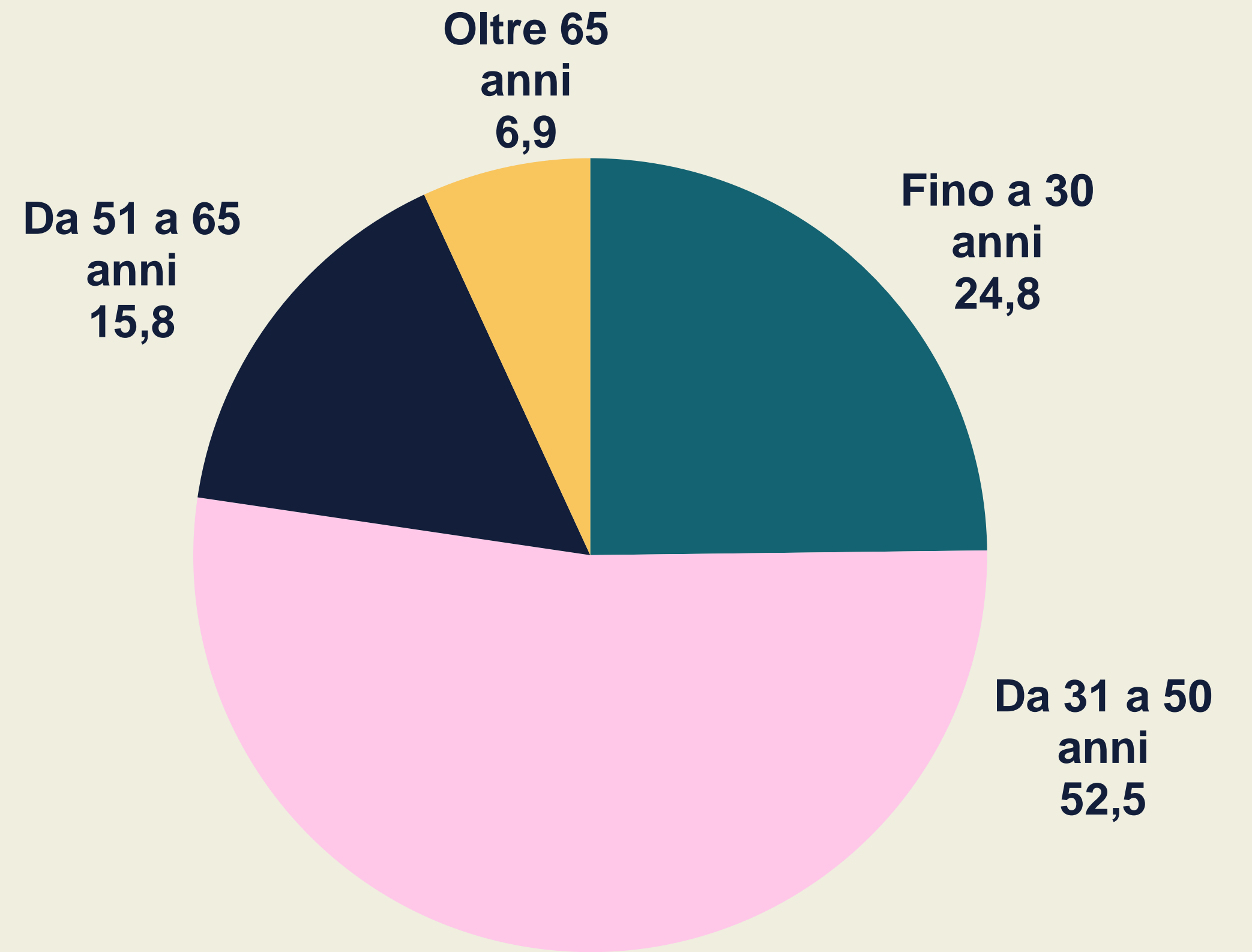
Nota: ha risposto a questa domanda solo chi ha acquistato prodotti dall'Azienda AB



Profilo socio-demografico: genere ed età

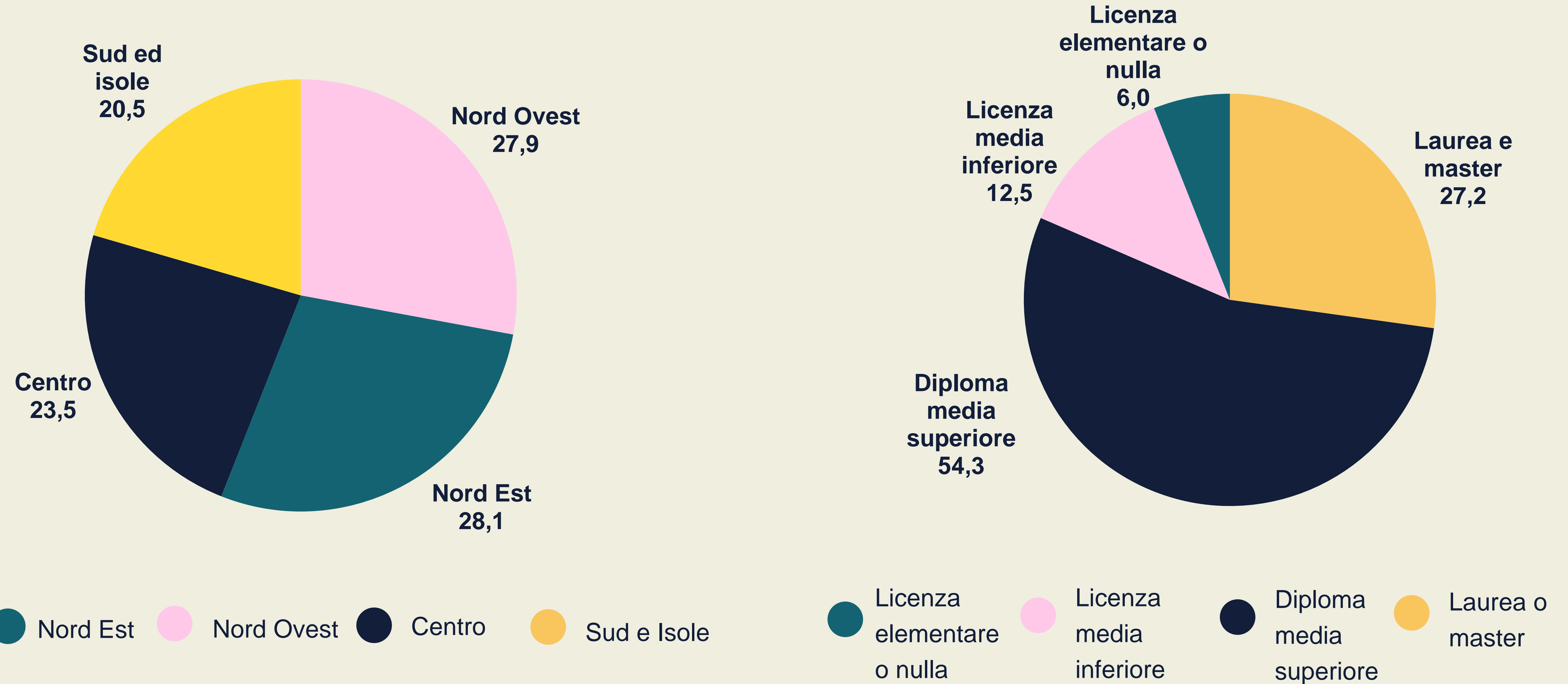


Donna Uomo



Fino a 30 anni Da 31 a 50 anni Da 51 a 65 anni Oltre 65 anni

Profilo socio-demografico: area geografica e titolo di studio



CAPITOLO 3

Approfondimenti statistici

ANALISI DELLE CORRELAZIONI

Gli indici di correlazione sono indici statistici utilizzati per esprimere quantitativamente l'intensità del legame tra gli item, presi due a due.

Nel nostro caso si vuole valutare quanto:

- × i **singoli item** relativi ai prodotti dell'Azienda AB
 - × il **grado di accordo sulle singole affermazioni** relative ai prodotti dell'Azienda AB
- sono correlati con il **giudizio complessivo** dato all'Azienda stessa.

Gli indici di correlazione presentano le seguenti caratteristiche:

- × I valori degli indici variano tra -1 e +1; -1 corrisponde ad una perfetta correlazione inversa e 1 ad una perfetta correlazione diretta, 0 alla totale assenza di correlazione. In assoluto, essendo gli indici rilevati dall'indagine quasi sempre compresi tra 0 e 1, più si avvicinano a 1, più denotano correlazione tra gli item; viceversa, più si avvicinano a 0, più si dimostrano slegati tra loro.
- × Una relazione positiva significa che gli intervistati che assegnano valori elevati ad una variabile tendono ad assegnare valori elevati alla seconda variabile. Ed è vero anche viceversa, cioè coloro che danno bassi valori ad una voce tendono a dare bassi valori alla seconda.
- × Una relazione negativa indica che a bassi punteggi di un item corrispondono alti punteggi di un altro item.

ANALISI DELLE CORRELAZIONI – Giudizio complessivo e Singoli item

	Giudizio complessivo sui prodotti dell'Azienda AB	Affidabilità della provenienza	Bontà	Chiarezza/completezza delle informazioni sulla confezione	Convenienza	Facilità nel trovarli nei p.v.
Giudizio complessivo sui prodotti dell'Azienda AB	1,00					
Affidabilità della provenienza	0,65	1,00				
Bontà	0,66	0,67	1,00			
Chiarezza/completezza delle informazioni sulla confezione	0,56	0,49	0,54	1,00		
Convenienza	0,58	0,40	0,39	0,44	1,00	
Facilità nel trovarli nei p.v.	0,51	0,34	0,36	0,40	0,54	1,00

Commenti all'analisi

ANALISI DELLE CORRELAZIONI – Giudizio complessivo e Affermazioni

	Giudizio complessivo sui prodotti dell'Azienda AB	Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	Offre un ampio assortimento	Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico
Giudizio complessivo sui prodotti dell'Azienda AB	1,00				
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	0,63	1,00			
Offre un ampio assortimento	0,59	0,70	1,00		
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	0,63	0,67	0,62	1,00	
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	0,44	0,46	0,48	0,54	1,00

Commenti all'analisi

ALBERO DI CHAID

L'albero di segmentazione di Chaid, uno strumento di statistica multivariata, permette di stabilire **quali elementi**, tra quelli indagati nella ricerca, **risultano più discriminanti nel determinare l'atteggiamento del campione relativamente alla variabile obiettivo fissata**.

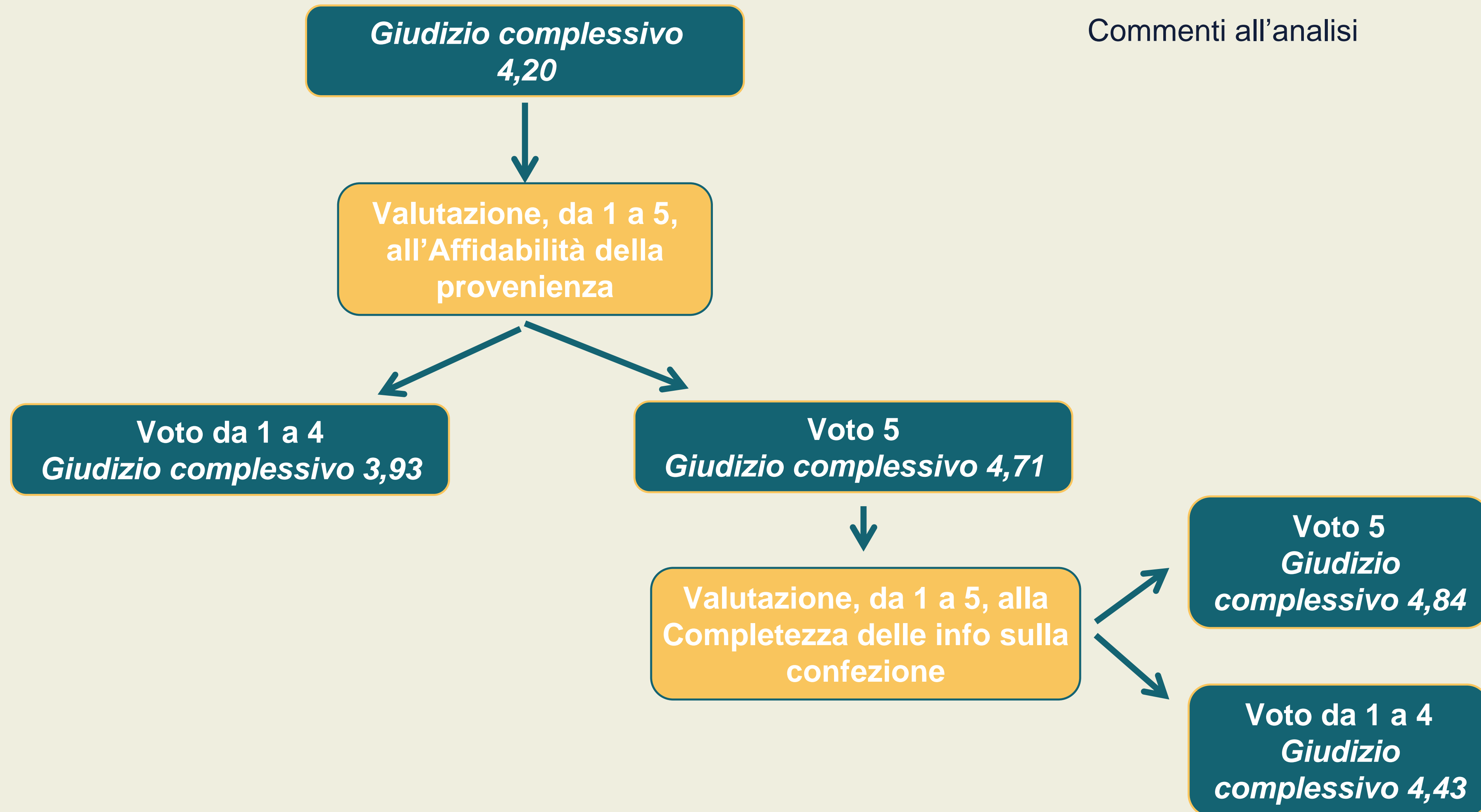
Nella nostra analisi l'albero di Chaid viene impiegato con lo scopo di individuare quali variabili discriminano in misura maggiore la valutazione complessiva espressa in merito ai prodotti dell'Azienda AB.

Gli aspetti indagati nella ricerca e messi in relazione con la variabile obiettivo sono:

- × variabili socio-demografiche
- × valutazioni ai diversi aspetti che riguardano i prodotti

ALBERO DI CHAID

Commenti all'analisi



CAPITOLO 4

Conclusioni e sintesi delle principali evidenze

In questo capitolo si ripercorrono le principali evidenze scaturite dalla ricerca.

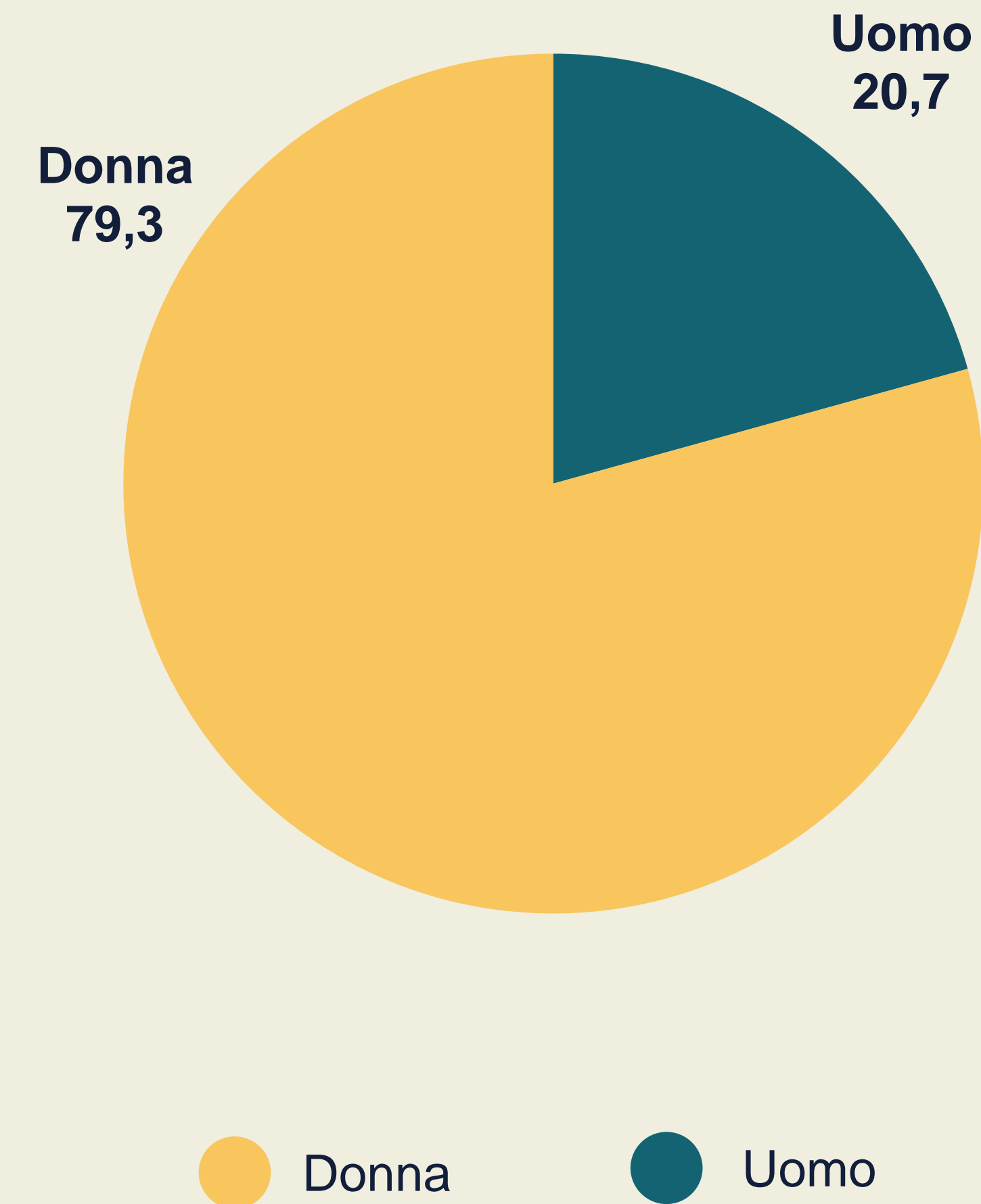
Si riportano le conclusioni derivanti sia dai risultati totali, sia dagli approfondimenti statistici.

CAPITOLO 5

Appendice: Risultati suddivisi per genere

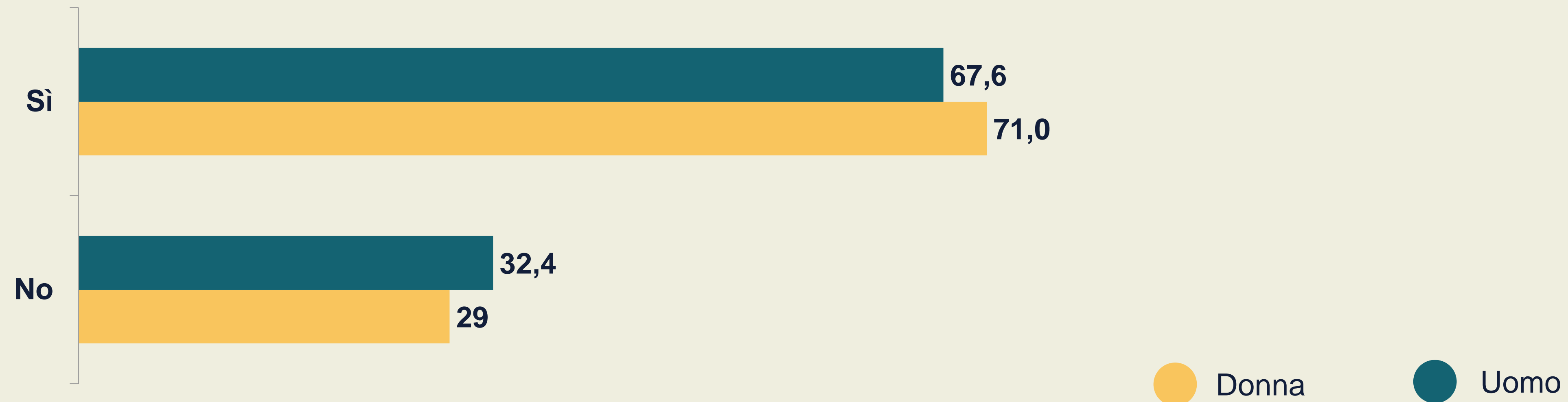
Genere

Risposte	% Totale
Uomo	20,7
Donna	79,3
Totale	100



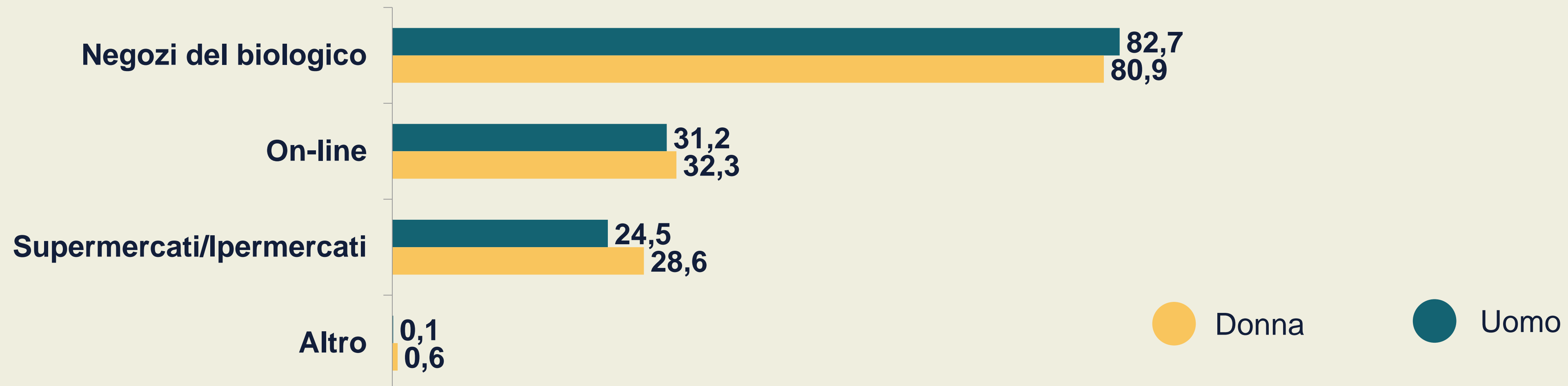
1. Lei acquista normalmente prodotti biologici?

Risposte	Uomo	Donna	Totale
Sì	67,6	71,0	70,3
No	32,4	29	29,7
Totale	100	100	100



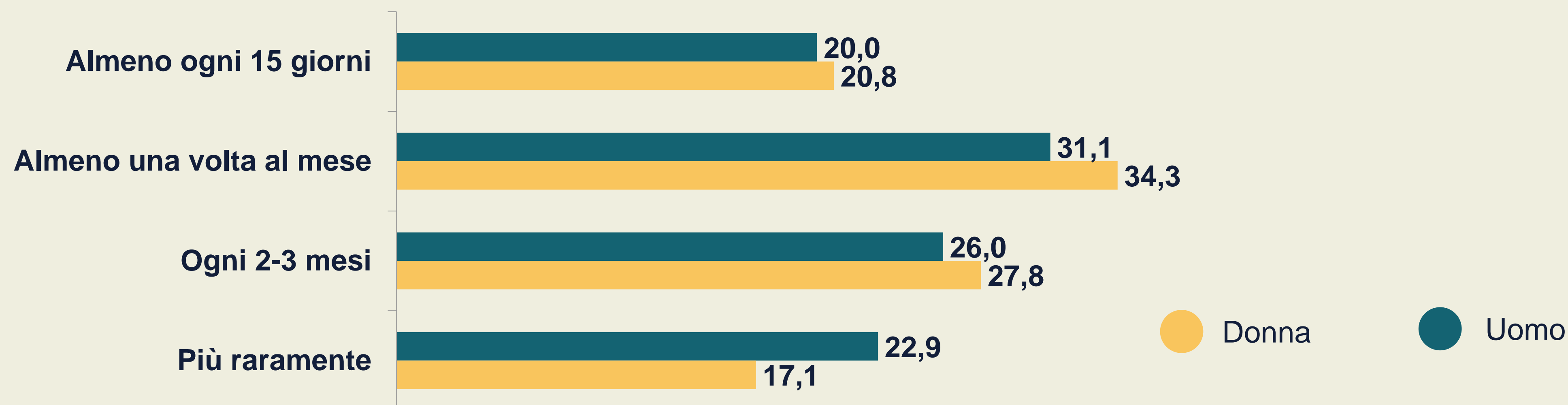
2. In quali tipi di punti vendita acquista questi prodotti? (Risposta multipla)

Risposte	Uomo	Donna	% Totale
Negozi del biologico	82,7	80,9	81,3
On-line	31,2	32,3	32,1
Supermercati/Ipermercati	24,5	28,6	27,8
Altro	0,1	0,6	0,5
Totale	100	100	100



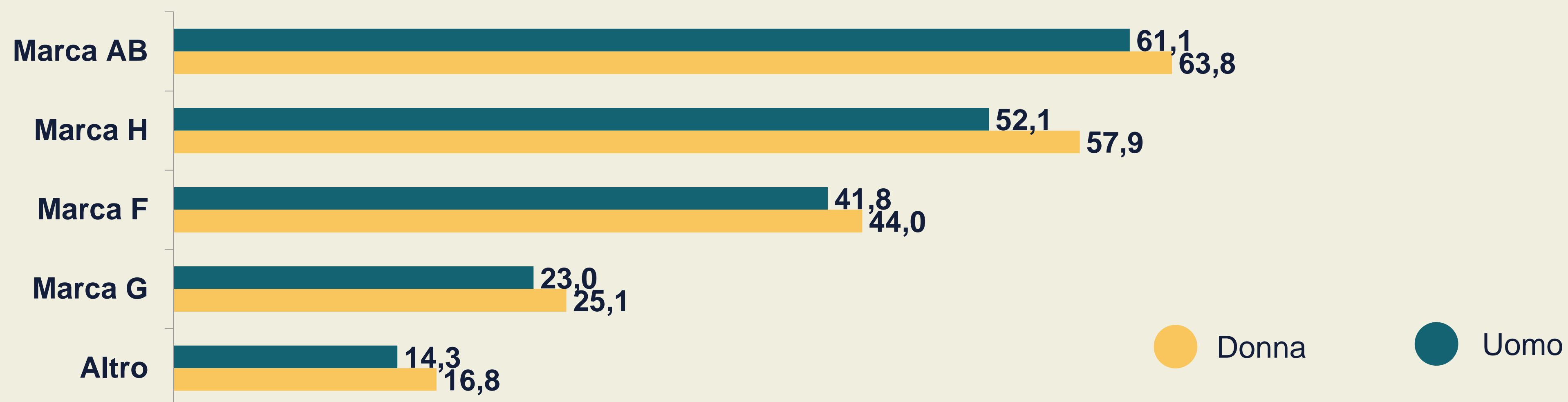
3. Ogni quanto effettua acquisti di questi prodotti?

Risposte	Uomo	Donna	% Totale
2-3 volte a settimana	20,0	20,8	20,6
1 volta a settimana	31,1	34,3	33,6
1 volta ogni 15 gg	26,0	27,8	27,4
1 volta al mese	22,9	17,1	18,4
Totale	100	100	100



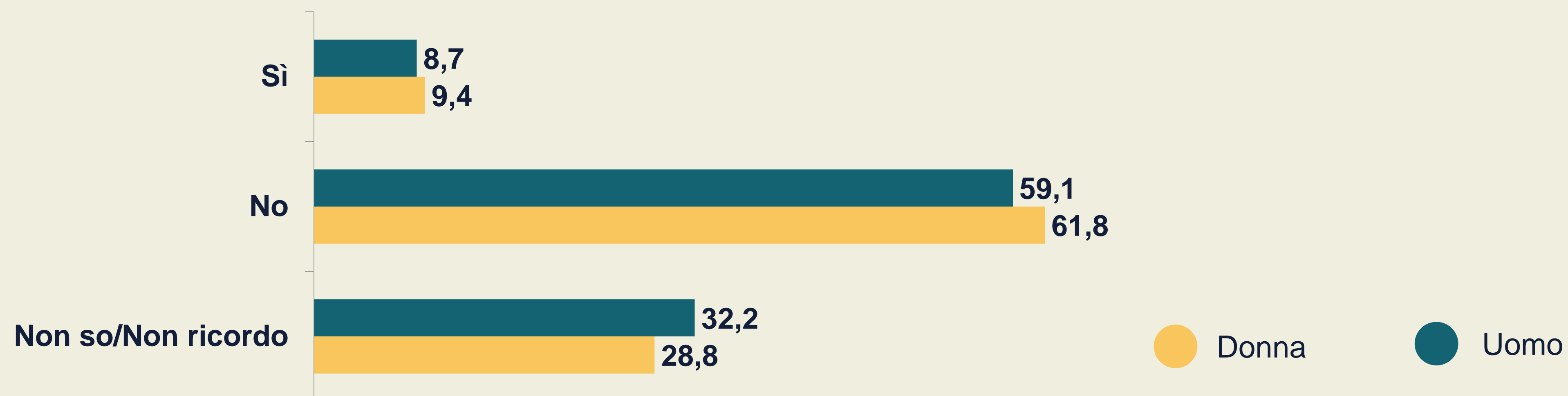
4. Quali marche acquista? (*Risposta multipla*)

Risposte	Uomo	Donna	% Totale
Marca AB	61,1	63,8	63,2
Marca H	52,1	57,9	56,7
Marca F	41,8	44,0	43,5
Marca G	23,0	25,1	24,7
Altro	14,3	16,8	16,3
Totale	100	100	100



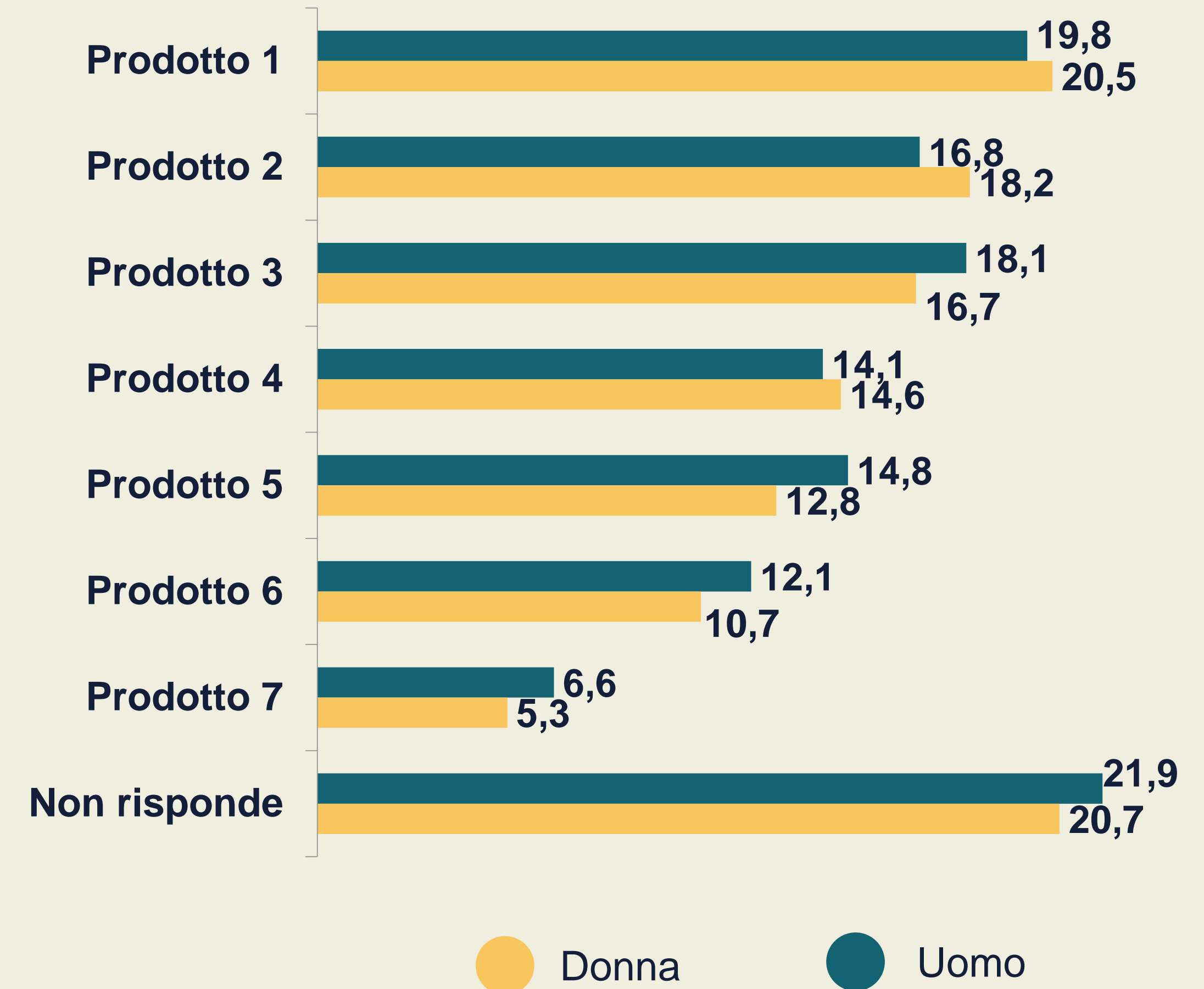
5. Ha mai provato i prodotti della nostra Azienda?

Risposte	Uomo	Donna	% Totale
Sì	8,7	9,4	9,3
No	59,1	61,8	61,2
Non so/Non ricordo	32,2	28,8	29,5
Totale	100	100	100



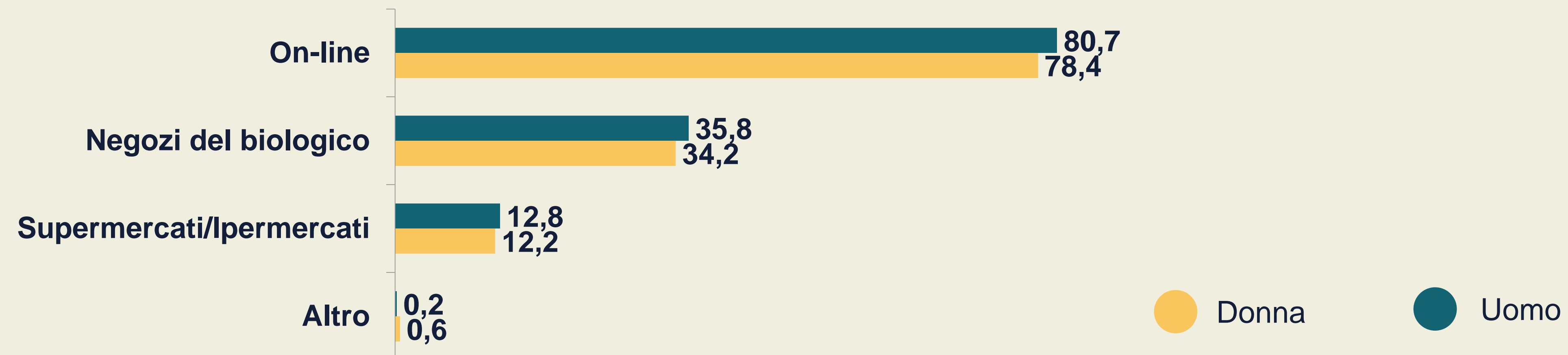
6. Può indicarci quali prodotti della nostra Azienda ha acquistato? (Risposta multipla)

Risposte	Uomo	Donna	% Totale
Prodotto 1	19,8	20,5	20,4
Prodotto 2	16,8	18,2	17,9
Prodotto 3	18,1	16,7	17,0
Prodotto 4	14,1	14,6	14,5
Prodotto 5	14,8	12,8	13,2
Prodotto 6	12,1	10,7	11,0
Prodotto 7	6,6	5,3	5,6
Non risponde	21,9	20,7	20,9
Totale	100	100	100



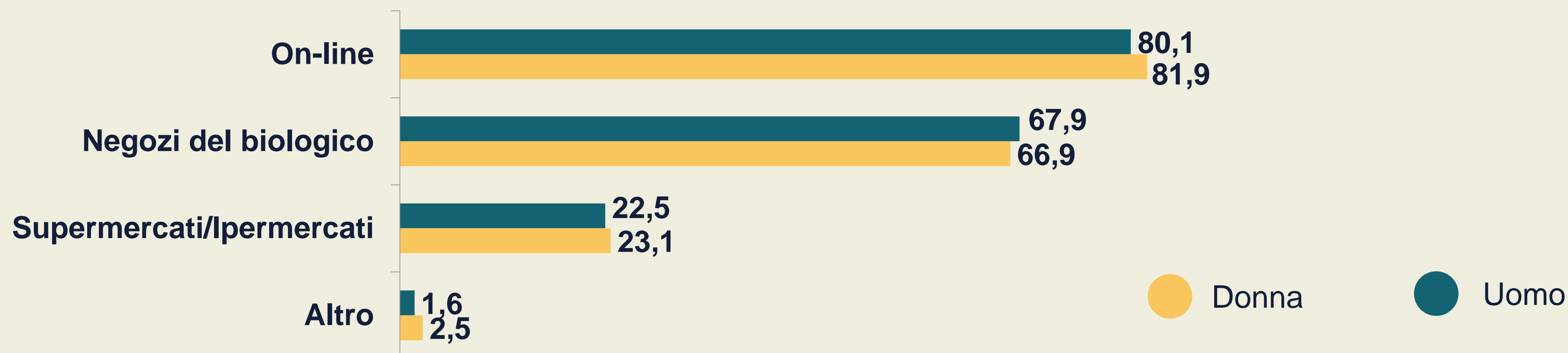
7. In quali tipologie di punti vendita ha acquistato i prodotti della nostra Azienda? (*Risposta multipla*)

Risposte	Uomo	Donna	% Totale
On-line	80,7	78,4	78,9
Negozi del biologico	35,8	34,2	34,5
Supermercati/Ipermercati	12,8	12,2	12,3
Altro	0,2	0,6	0,5
Totale	100	100	100



8. Ci indichi in quali dei seguenti canali di vendita per lei dovrebbero essere presenti i nostri prodotti (*Risposta multipla*)

Risposte	Uomo	Donna	% Totale
On-line	80,1	81,9	81,5
Negozi del biologico	67,9	66,9	67,1
Supermercati/Ipermercati	22,5	23,1	23,0
Altro	1,6	2,5	2,3
Totale	100	100	100



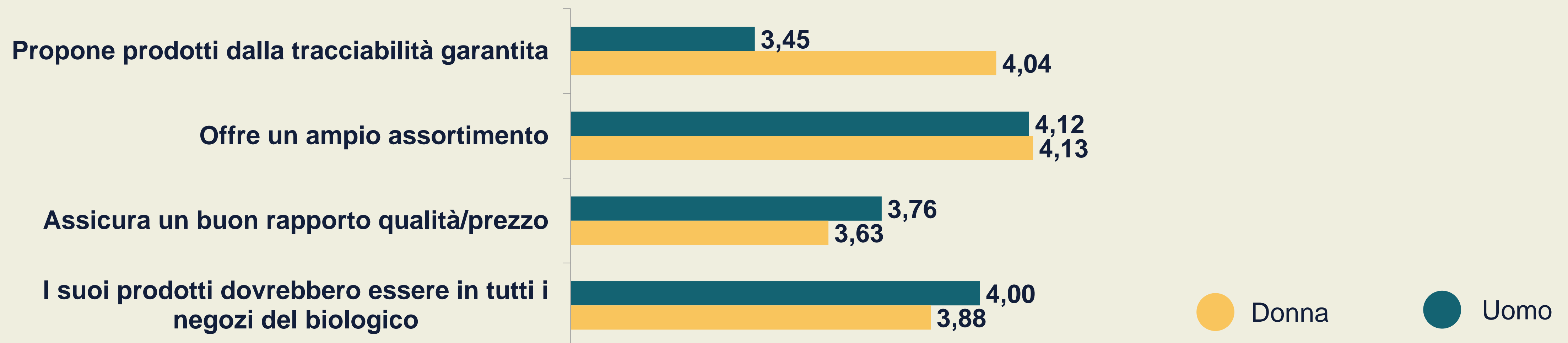
9. Da 1 a 5 quale voto assegna ai seguenti aspetti dei nostri prodotti acquistati? (dove 1=pessimo, 2=insufficiente, 3=sufficiente, 4=buono, 5=ottimo)

Risposte	Voto medio Uomo	Voto medio Donna	Voto medio
Affidabilità della provenienza	3,99	4,18	4,14
Bontà	4,32	4,28	4,29
Chiarezza/completezza delle informazioni sulla confezione	4,19	4,16	4,17
Convenienza	3,22	3,58	3,51
Facilità nel trovarli nei punti vendita	3,18	3,76	3,64
Giudizio complessivo	4,00	4,25	4,20



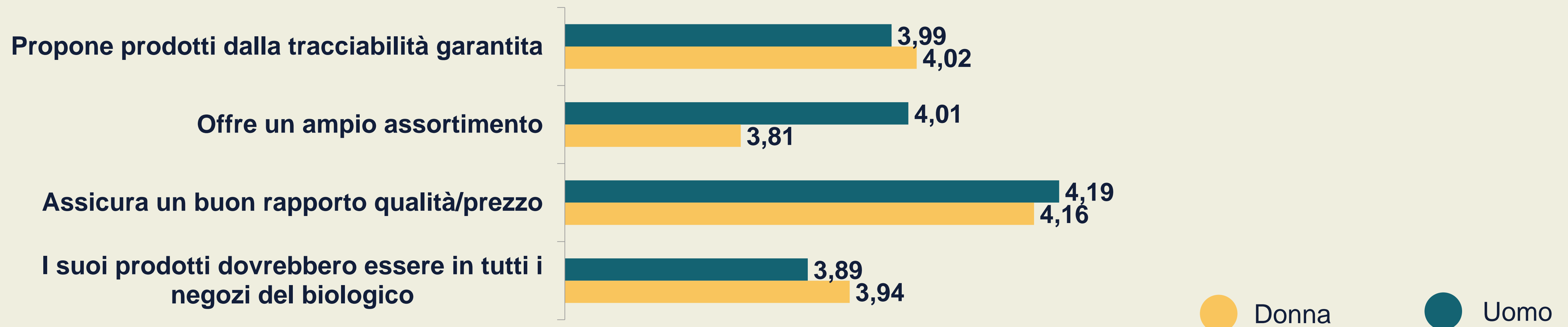
10. Riguardo l'Azienda AB, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

Risposte	Voto medio Uomo	Voto medio Donna	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	3,45	4,04	3,92
Offre un ampio assortimento	4,12	4,13	4,13
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	3,76	3,63	3,66
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	4,00	3,88	3,90



11. Riguardo l'Azienda H, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

Risposte	Voto medio Uomo	Voto medio Donna	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	3,99	4,02	4,01
Offre un ampio assortimento	4,01	3,81	3,85
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	4,19	4,16	4,17
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	3,89	3,94	3,93



12. Riguardo l'Azienda F, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

Risposte	Voto medio Uomo	Voto medio Donna	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	3,99	3,78	3,82
Offre un ampio assortimento	3,45	4,12	3,98
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	4,01	4,09	4,07
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	3,94	3,95	3,95

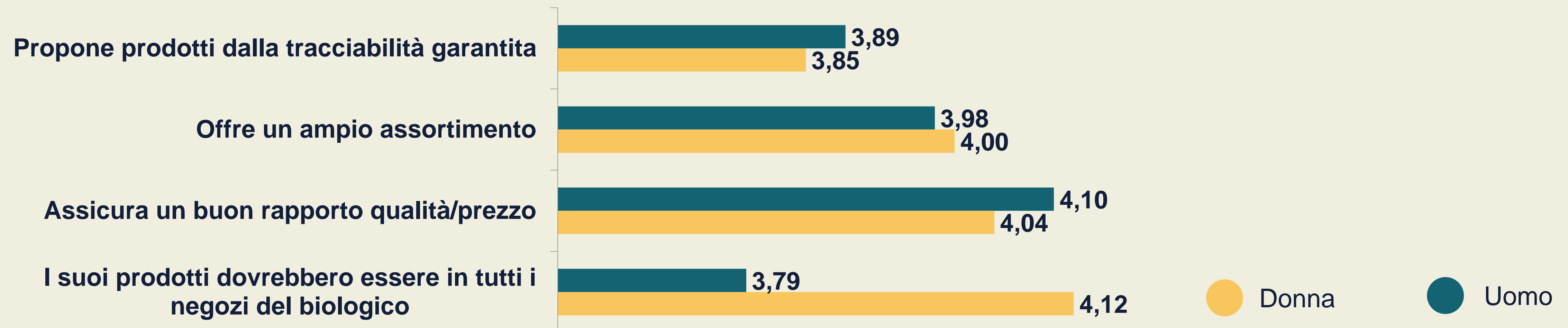


Donna

Uomo

13. Riguardo l'Azienda G, qual è il suo grado di accordo sulle seguenti affermazioni? (dove 1=per niente, 2=poco, 3=sufficientemente, 4=sostanzialmente, 5=perfettamente)

Risposte	Voto medio Uomo	Voto medio Donna	Voto medio
Propone prodotti dalla tracciabilità garantita	3,89	3,85	3,86
Offre un ampio assortimento	3,98	4,00	4,00
Assicura un buon rapporto qualità/prezzo	4,10	4,04	4,05
I suoi prodotti dovrebbero essere in tutti i negozi del biologico	3,79	4,12	4,05



SdV

Consulenze e ricerche
di marketing

Corso Milano, 54
35139 Padova

tel. +39 049 8760754

fax. +39 049 8761922

email: info@sdvmarketing.it

pec: sdvmarketing@pec.it

web: www.sdvmarketing.it

P.IVA 02508370281