

L'indagine estensiva Migliore Insegna

novità
metodologia
aree rilevate



La nuova edizione della ricerca, conferme e novità

Ad un anno di distanza **Migliore Insegna** torna con la seconda edizione volta a fornire una solida base informativa sulle **ESPERIENZE DI ACQUISTO DEI CONSUMATORI CON LE INSEGNE DELLA DISTRIBUZIONE.**

2

Rispetto alla edizione 2021:

**NUOVE INSEGNE 100% DIGITALI
NUOVI ELEMENTI DI VALUTAZIONE**



Approccio metodologico sempre più solido e consistente con l'analisi in trend

Indagine ampia e **rappresentativa** della popolazione italiana
neutrale e indipendente...

... con un approccio metodologico solido e consistente che
permette:

- **il confronto delle valutazioni ad un anno di distanza**
- **il confronto tra insegne fisiche concorrenti**
- **il confronto tra insegne fisiche e digitali (indipendentemente dall'ambito di competenza)**
- **Benchmark di categoria**



Indagine realizzata nel mese di
settembre 2021 presso il Panel
Consumatori Ipsos

I NUMERI DELLA SECONDA EDIZIONE

26.867

Valutazioni di esperienze in **negozi fisici**

6.140

Valutazioni di esperienze e-commerce su
siti/app di insegne **fisiche**

8.759 * N E W *

Valutazioni di esperienze e-commerce su
siti/app di insegne 100% **digitali**

41.765

VALUTAZIONI TOTALI

+6.677

della rilevazione 2021

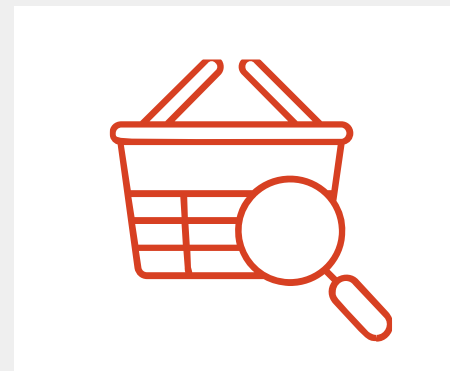
I NUMERI DELLA SECONDA EDIZIONE

129 **INSEGNE VALUTATE**
(+25 dalla rilevazione 2021)

23 Insegne
100% digitali

26
Categorie di negozi osservati (+4 dalla rilevazione 2021)

+40
Variabili considerate



Categorie rilevate



ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI

Abbigliamento bambino /
puericultura

Abbigliamento famiglia

Abbigliamento sportivo e
tempo libero

Calzature

Intimo



CURA DELLA CASA

Articoli casa

Bricolage

Mobili e arredo



CURA DELLA PERSONA

Erboristerie

Farmacie

Ottica

Profumerie



ALIMENTARI E GROCERY

Drugstore

Prodotti per animali

Discount

Ipermercati e Superstore

Supermercati

Supermercati di
prossimità



HI-TECH E CULTURA

Elettrodomestici ed
elettronica

Librerie



RISTORAZIONE

Ristorazione Servita

Ristorazione Veloce

Food Delivery (SOLO
DIGITAL)

L'analisi dell'esperienza d'acquisto a 360°: **fisico e digital**

7

OFFERTA	PUNTO VENDITA	SERVIZIO	PERSONALE DI VENDITA	SOSTENIBILITÀ
Rapporto qualità-prezzo	Aspetto e comfort negozi	Assistenza acquisto	Cortesìa alle casse	Attenzione all'ambiente
Promozioni	Qualità espositiva	Accoglienza	Competenza personale	Responsabilità sociale
Qualità prodotti	Facilità parcheggio	Servizio post-vendita	Discrezione personale	
Assortimento	Accessibilità negozi	Rapidità alle casse	Facilità a trovare personale	
Esperienze personalizzate	Sicurezza COVID19		Disponibilità ascolto personale	
Programma fedeltà				
ACQUISTO E CONSEGNA – SOLO DIGITAL				
Facilità utilizzo app/sito		-	Modalità pagamento	-
Servizi post-vendita		-	Modalità consegna/ritiro	-
			Tempi/servizi consegna	-

Giudizi e comportamenti valutati:

CONSIGLIABILITÀ

Alla luce dell'esperienza, con quale probabilità **consiglierebbe il negozio** ad un amico, conoscente, collega?

Alla luce dell'esperienza, con quale probabilità **consiglierebbe il sito/app** ad un amico, conoscente, collega?

8

NUOVI ITEM DI PROFILAZIONE * N E W *

Com'è l'atteggiamento dei consumatori rispetto al momento di acquisto?

Il rispetto dei protocolli anti-covid da parte del negozio fa la differenza al momento dell'acquisto?

La sostenibilità dei prodotti influenza la decisione finale?

ABBANDONO DEL NEGOZIO ABITUALE CON FOCUS SUI SUPERMERCATI

Negli ultimi 6 mesi hanno cambiato negozio dove vanno più spesso? Per quale motivo? In che negozio vanno ora?

SISTEMA DI FINANZIAMENTO (*)

Il servizio di finanziamento (pagamento a rate) è stato importante per scegliere di acquistare nell'insegna?

29 premi

9

di cui 6 speciali

e 1 vincitore assoluto

Identità di insegna

10

Connessione emotiva

Qualità del servizio

