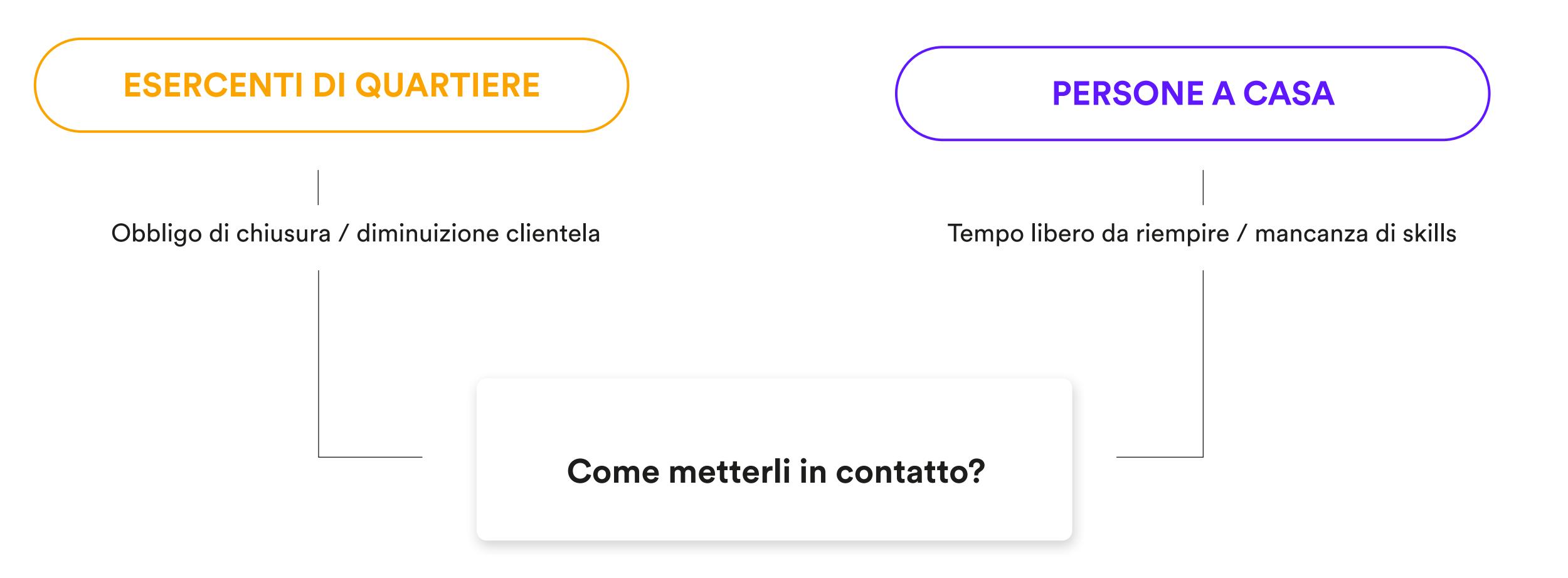
### Dalla ricerca al concept

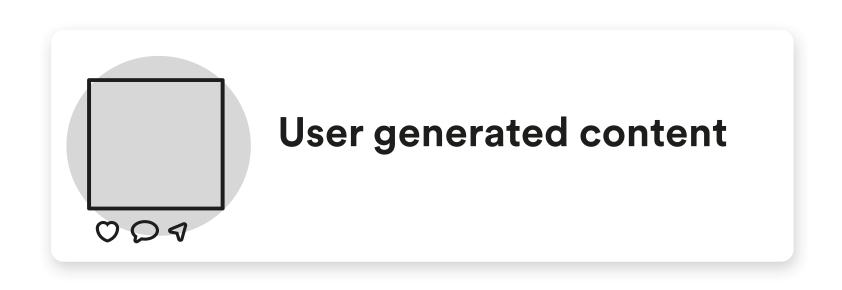


### **SCENARIO**

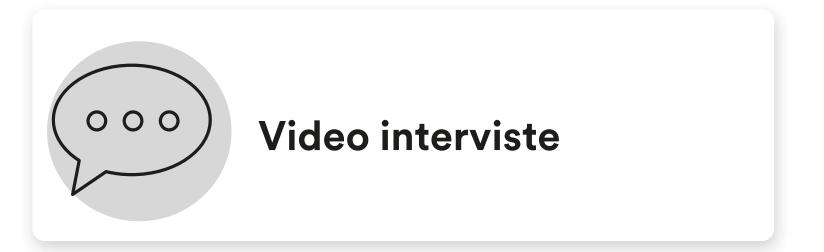


# **METODO**

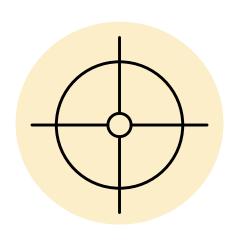




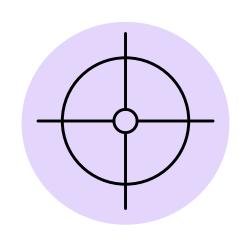




### **OBIETTIVI DI RICERCA**



Comprendere le possibilità esistenti e le soluzioni adottabili per gli esercenti



Comprendere e soddisfare i bisogni degli utenti a casa

## **TARGET**

#### Esercenti di quartiere



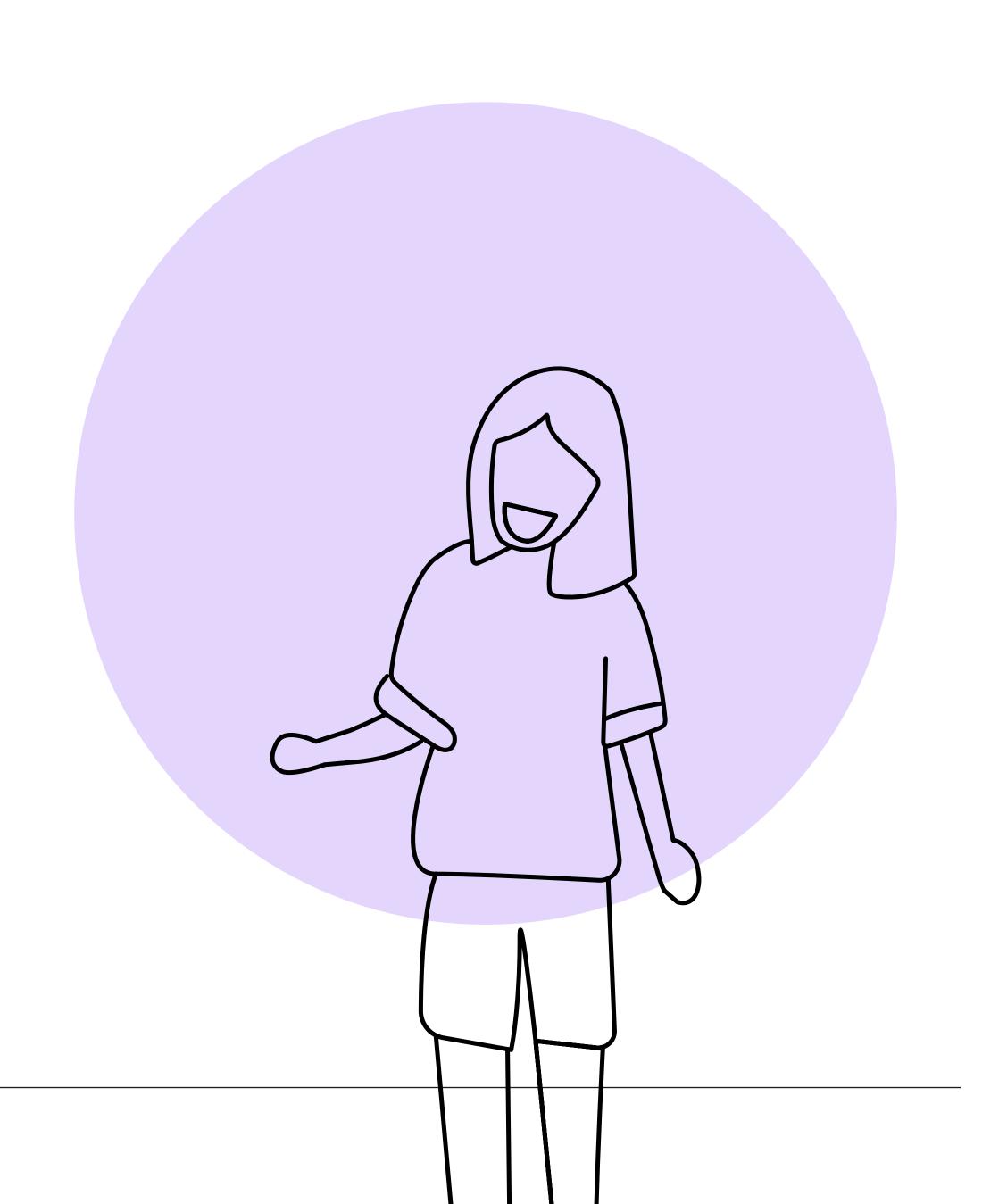


## **TARGET**

#### Utenti a casa

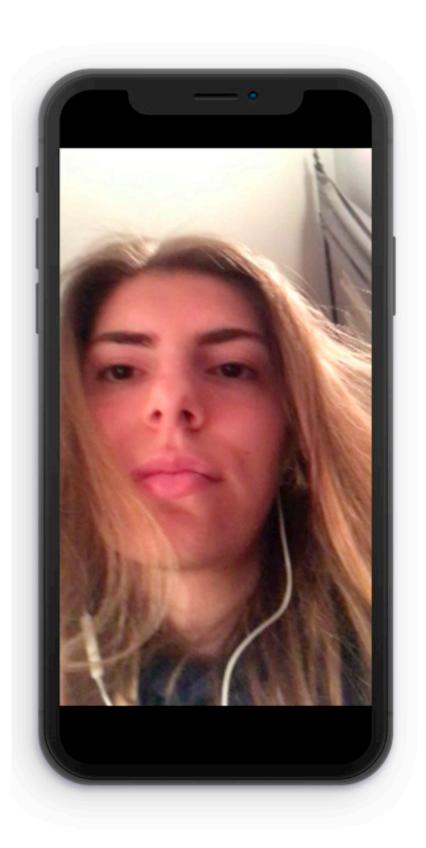


Adulti 20-55 Persone interessate al DIY Appassionati di Fai da te



## INTERVISTE - CLIENTI





"Non so se e quali negozi sono aperti"

> "Mi sto annoiando e non so più cosa fare"

"Ho iniziato dei lavori, ma ho finito i materiali"

#### INTERVISTE - ESERCENTI





"I clienti più stretti mi contattano già via telefono e se posso gli consegno quello che mi chiedono"

> "La clientela più anziana è quella che ha più difficoltà, con gli altri riesco a comunicare tramite social o messaggi"

"Non ho mai pensato ad un e-commerce, ho troppi materiali. Metterli tutti su internet sarebbe troppo complesso"

#### **KEY POINTS RICERCA**

#### **Insight cliente**

Nessuno ha un'idea chiara di quali negozi siano aperti

Pochi si sono spostati in auto per fare acquisti, gli altri non vogliono usarla per evitare sanzioni

Molti hanno dovuto interrompere lavori a causa di mancanza di materiale

La maggior parte si annoia molto in casa e non sa cosa fare

Forte insoddisfazione a fine giornata perché risulta poco produttiva

#### **Insight esercente**

Desiderio e disponibilità di raggiungere i clienti a casa

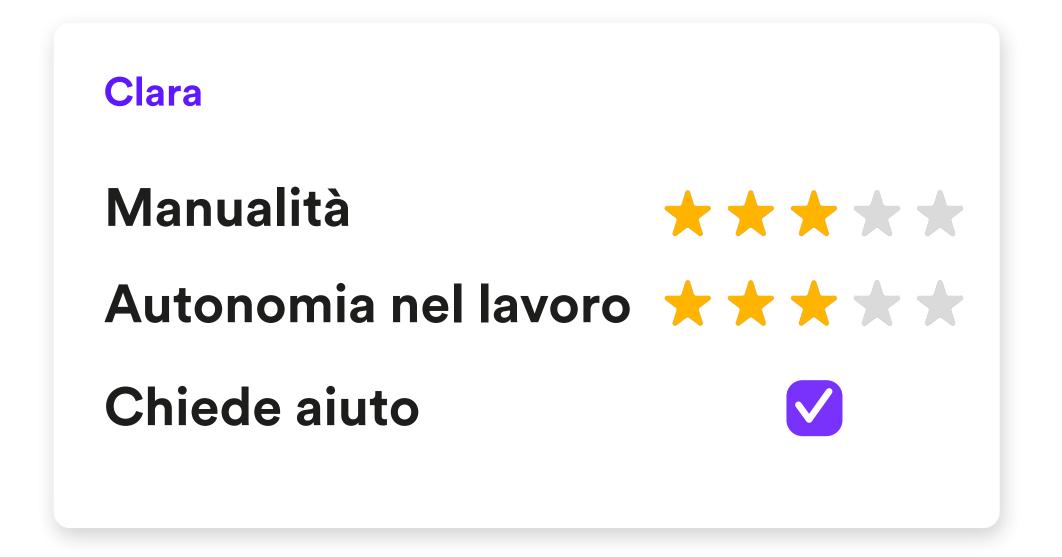
Consegne effettuate già prima o durante il lockdown

I canali principali sono app di messaggistica o telefonate

La clientela predilige attività e negozi con cui ha già familiarità

La presenza dell'esercente durante e dopo l'acquisto risulta un fattore importante

### PERSONAS - Affarista online

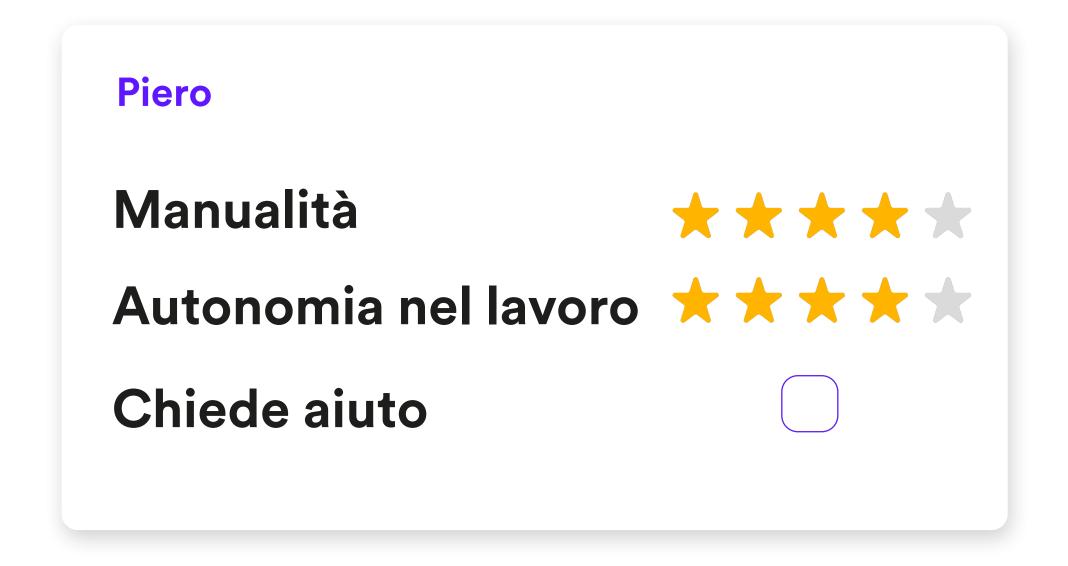


"I pacchi degli ordini effettuati online ci impiegano troppo ad arrivare.

Devo trovare una soluzione!"



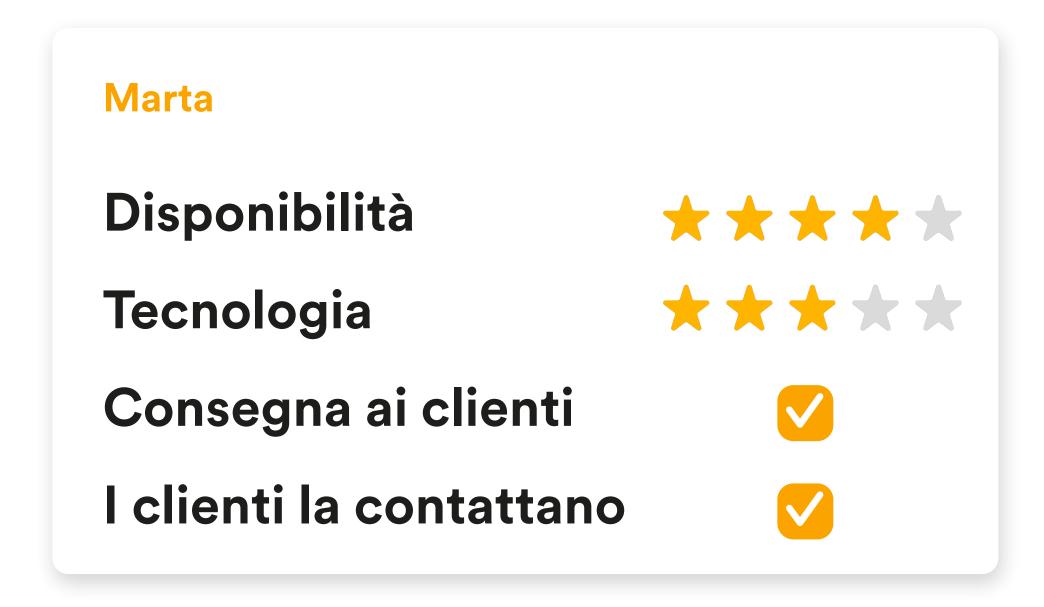
# PERSONAS - Papà tuttofare



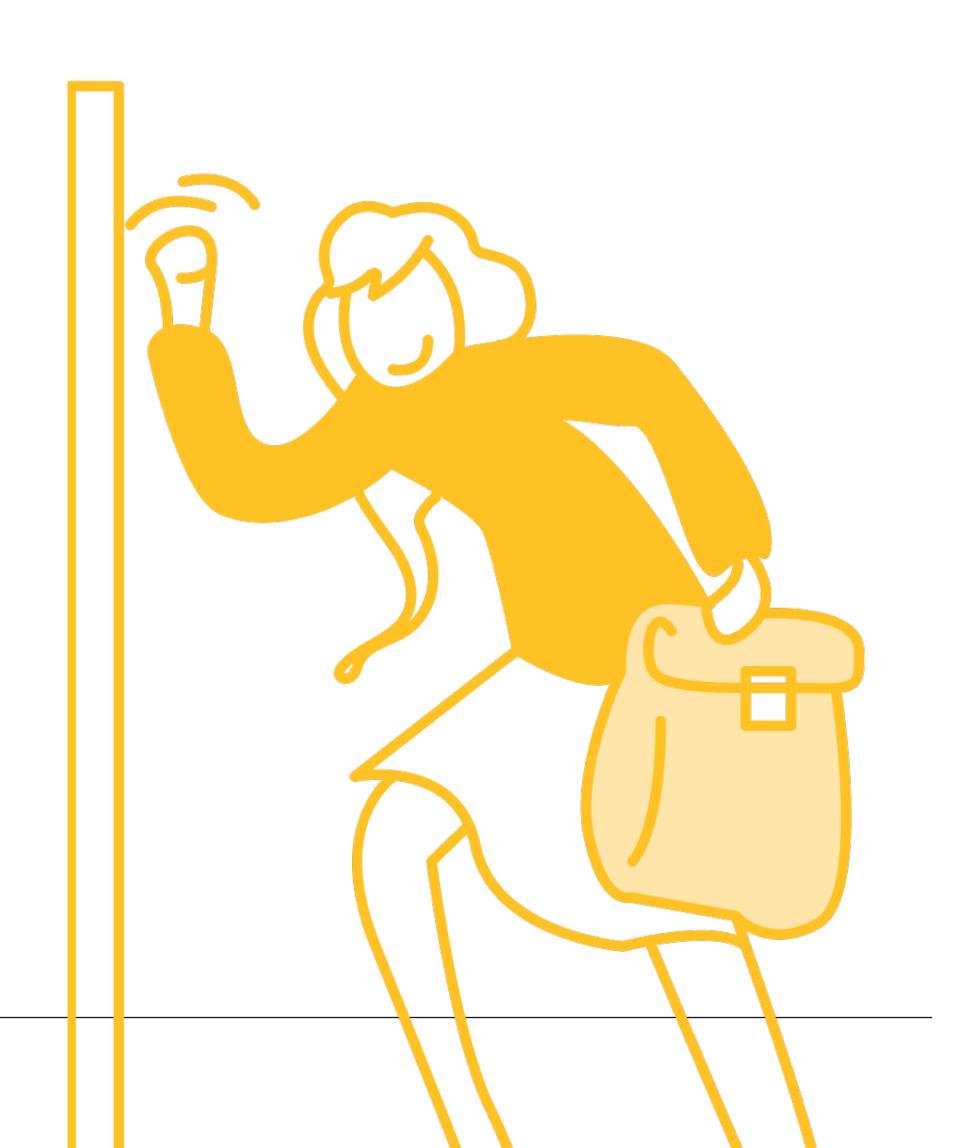
"Ora che le grandi catene sono chiuse non so dove comprare i materiali che mi servono."



# PERSONAS - Merciaia intraprendente



"Con il divieto per le persone di uscire devo trovare il modo di continuare a vendere."



#### PAIN POINTS - CLIENTE

Pre-acquisto Acquisto Post-acquisto I materiali tardano ad arrivare e Abituata a comprare oggetti Cerca pareri e recensioni su internet, Affarista online molte volte non vengono spediti; non fatti e finiti, si trova in difficoltà ma spesso si tratta di commenti nell'assemblare quanto gli serve conosce conosce i negozi di zona. superficiali, poco indirizzati e datati. Non avendo molta dimestichezza Non conosce i negozi di zona, di solito con gli attrezzi spesso riscontra Papà tuttofare acquista nella grande distribuzione, incomprensioni circa i materiali chiusa per il lockdown di cui necessita

### PAIN POINTS - ESERCENTE

Merciaia intraprendente

Pre-acquisto

Acquisto

Post-acquisto

Difficoltà nella comprensione di ciò che la sua cliente necessita, con la distanza è difficile capirsi

Acquisto

Spesso i fraintendimenti comportano un acquisto errato, ci sono dettagli difficili da comunicare via telefono

Alcuni prodotti hanno prezzi troppo bassi per compensare una consegna a domicilio.