



Demoskopoea

Oltre 50 anni di ricerche di mercato

MODELLO DI RICERCA



Area

CUSTOMER EXPERIENCE

Tipo di ricerca

QUANTITATIVA

Definizione modello

Introduce l'elemento etico/emozionale nella valutazione della customer experience. Si basa sul presupposto che ogni decisione umana è frutto dell'eterna lotta tra cuore e ragione.

Che cos'è

Il primo modello di customer experience "democratico". **Tutti valgono uno.** Non esiste cioè una variabile indipendente dalle cui risposte far dipendere le decisioni.

Come funziona

Si valuta una lista di item molto ampia, di carattere sia razionale che emozionale.

L'analisi statistica fattoriale raggrupperà gli item tra di loro individuando i fattori di scelta. Sono spesso fattori latenti di cui il consumatore non è pienamente consapevole.

Vantaggi

Riproduce il comportamento umano. Ogni decisione di acquisto e consumo è complesso ed è determinato da una parte emotiva e da una razionale, che a loro volta sono composti da più elementi. Scoprire come è composto il fattore di scelta agevola le decisioni sul prodotto o servizio e quelle di comunicazione.

GMC Marketing Consulting & Research srl