

OBIETTIVO FEDELTA'


I dati per avere il polso della propria clientela potenziale e mantenere vivo l'interesse di quella già acquisita



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
ASCOM PADOVA



Camera di Commercio
Padova



L'indagine effettuata ha lo scopo di rilevare informazioni rispetto alle **abitudini di acquisto e preferenze** dei consumatori di prodotti d'ottica, siano essi clienti dei centri commerciali che dei negozi nei centri urbani.

L'indagine è stata realizzata con l'ausilio di intervistatori neutrali, che hanno sottoposto ad un campione di passanti un **questionario strutturato per temi**, elaborato grazie all'apporto informativo di alcuni rappresentanti di categoria.

Le informazioni ottenute permettono di ricavare delle suggestioni rispetto a **come comunicare più efficacemente la propria attività**, risultando maggiormente attrattivi per i nuovi clienti e fidelizzando quelli acquisiti.

Su richiesta l'indagine può essere tarata anche su **single attività, o piccoli gruppi di imprese**, trasformando un'indagine a carattere esplorativo in una vera e propria indagine di mercato.



Caratteristiche dei rispondenti



Abitudini di acquisto



Aspettative sul punto vendita



Servizio atteso

Caratteristiche intervistati

Uomini	Donne	Totale
107	93	200

Età	18/25	26/35	36/45	46/60	Oltre 60
n.	44	37	20	59	40



Città coinvolte nella somministrazione dei questionari

PADOVA, MONSELICE, ALBIGNASEGO



QUALI TIPOLOGIE DI PRODOTTI PER L'OTTICA UTILIZZA CON UNA CERTA FREQUENZA?

Occhiali da vista con lenti correttive fatte su misura - **107**

Occhiali da sole con lenti normali - **97**

Occhiali da sole con lenti graduate - **47**

Occhiali da vista già graduati - 26

Lenti a contatto correttive - 26

Lenti da sole sormontabili - 12

Occhiali da vista con lenti non correttive, solo riposanti - 7

Lenti a contatto cosmetiche - 1

Occhiali da vista con lenti non correttive, solo estetiche - 1

IN QUALI TIPOLOGIE DI PDV SI RECA PIU' FREQUENTEMENTE?

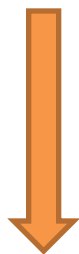
- Negozio singolo
- Negozio presso CC

- Corner all'interno di un negozio di abbigliamento
- Corner all'interno di un grande magazzino
- Bancarella



LE E' MAI CAPITATO DI ACQUISTARE OCCHIALI DA SOLE IN INTERNET?

No mai **94%**
Si raramente **3%**



E OCCHIALI DA VISTA?

No **98%**
Si **2%**



SU QUALI TIPOLOGIE DI SITO HA ACQUISTATO OCCHIALI?

Monomarca di abbigliamento e accessori **2%**
Multimarca di abbigliamento e accessori **2%**
Piattaforme di comparazione dei prezzi **2%**



GENERALMENTE CONSULTA QUESTI SITI PRIMA DI RECARSI AD UN PUNTO VENDITA?

Non risponde **84%**
No mai **2%**

Quali alternative allo shopping on line?

Abitudini di acquisto

Reti di impresa

Cross-selling

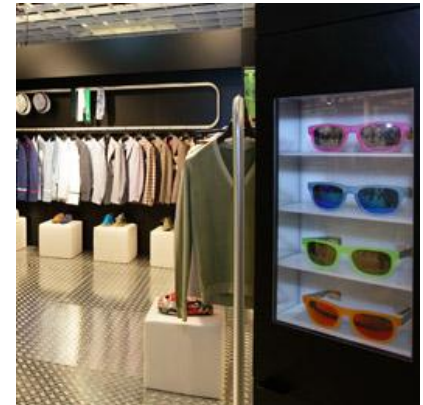
Co-marketing



Condivisione dei costi di spazi pubblicitari

Condivisione dei costi di progettazione grafica e stampa

L'utilizzo di promozioni incrociate (es.: buono sconto)



QUALI SONO I FATTORI CHE LA INFLUENZANO MAGGIORMENTE NELL'ACQUISTO DI:

OCCHIALI DA VISTA?

Forma montatura - **51**
Qualità della lente - **44**



OCCHIALI DA SOLE?

Forma montatura - **53**
Prezzo - **36**



LENTI A CONTATTO?

Comfort - **13**
Frequenza d'uso - **9**



QUALI SONO I FATTORI CHE LA INFLUENZANO MAGGIORMENTE NELL'ACQUISTO DI:

OCCHIALI DA VISTA?

Forma montatura - **51**
Qualità della lente - **44**



Comfort, indossabilità
Prezzo
Moda
Colore della montatura
Materiale della montatura
Marca

QUALI SONO I FATTORI CHE LA INFLUENZANO MAGGIORMENTE NELL'ACQUISTO DI:

OCCHIALI DA SOLE?

Forma montatura - **53**

Prezzo - **36**



- Qualità della lente
- Comfort, indossabilità
- Colore della montatura
- Marca
- Colore della lente
- Materiale della montatura
- Moda

QUALI SONO I FATTORI CHE LA INFLUENZANO MAGGIORMENTE NELL'ACQUISTO DI:

LENTI A CONTATTO?

Comfort - **13**
Frequenza d'uso - **9**



Caratteristiche della lente
Marca
Prezzo

**COSA LA STIMOLA
ALL'ACQUISTO DI UN
NUOVO PAIO DI:**

• OCCHIALI DA VISTA?

Necessità di sostituire i
precedenti

44%

Visita oculistica

28%

• OCCHIALI DA SOLE?

Cambio di stagione **27%**

Necessità di sostituire i
precedenti

26%

**GENERALMENTE IL CAMBIO DELLE
LENTI DELL'OCCHIALE DA VISTA
COMPORTE IL FATTO CHE DECIDERA'
DI CAMBIARE ANCHE LA MONTATURA?**

Non
necessariamente

31%

Probabilmente si

27%



**E GENERALMENTE QUANDO SI
VERIFICA TALE SOSTITUZIONE
DECIDERA' DI CAMBIARE ANCHE GLI
OCCHIALI DA SOLE?**

No **51%**

Non saprei **39%**

**LE MOSTRIAMO ALCUNE TIPOLOGIE DI VETRINA,
QUALE DI QUESTE LA INVOGLIA MAGGIORMENTE ALLA VISITA?**



Aspettative sul pdv

**LE MOSTRIAMO ALCUNE TIPOLOGIE DI VETRINA,
QUALE DI QUESTE LA INVOGLIA MAGGIORMENTE ALLA VISITA?**



**LE MOSTRIAMO ALCUNE TIPOLOGIE DI VETRINA,
QUALE DI QUESTE LA INVOGLIA MAGGIORMENTE ALLA VISITA?**



**LE MOSTRIAMO ALCUNE TIPOLOGIE DI VETRINA,
QUALE DI QUESTE LA INVOGLIA MAGGIORMENTE ALLA VISITA?**



**LE MOSTRIAMO ALCUNE TIPOLOGIE DI VETRINA,
QUALE DI QUESTE LA INVOGLIA MAGGIORMENTE ALLA VISITA?**



LE MOSTRIAMO ALCUNE TIPOLOGIE DI VETRINA, QUALE DI QUESTE LA INVOGLIA MAGGIORMENTE ALLA VISITA?



20,00%



28,50%



9,00%



42,50%



42,50%

MOTIVAZIONI DI SCELTA IMMAGINE ?

Chiara, più curata, ordinata
elegante - 34

Varietà, vastità di scelta - 20



28,50%

MOTIVAZIONI DI SCELTA IMMAGINE ?

Simpatia, originalità - 28

Semplicità, chiarezza - 13

IN GENERALE LA PRESENZA DI UN SISTEMA DI ESPOSIZIONE CHE PRECLUDE LA LIBERA POSSIBILITA' DI PROVA, INIBISCE LA SUA VOGLIA DI PROVARE GLI OCCHIALI E QUINDI DI ACQUISTARLI?

No, non ha influenza **50%**

Si, fortemente **28%**

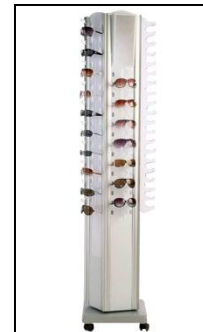
QUAL E' LA MODALITA' DI ESPOSIZIONE DEGLI OCCHIALI SIA DA VISTA CHE DA SOLE CHE PREFERISCE?

Espositore a parete con possibilità di libera prova **65%**

Esposizione a banco (con necessità di assistenza per la prova) **21%**



**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



Aspettative sul pdv

**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



**LE MOSTRIAMO
ALCUNE TIPOLOGIE DI
ESPOSITORI, QUALE
SOLUZIONE LE PIACE DI
PIU'?**



40,50%



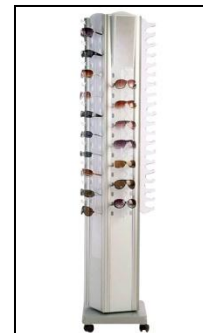
20,50%



13,00%



4,00%



5,50%



14,50%

MOTIVAZIONI DI SCELTA IMMAGINE?

Ordine – 30

Chiarezza e visibilità – 21



40,50%

MOTIVAZIONI DI SCELTA IMMAGINE?

Ordine – 6

Chiarezza e visibilità – 6



20,50%

Strategie di marketing orientate al punto vendita



Marketing esperienziale



Composizione vetrina

Arredamento pdv

Allestimento prodotti

Utilizzo dei colori e dei piani visivi

Visual merchandising

FORMAZIONE


COSA INFLUENZA LA SUA SCELTA DEL PDV DOVE ACQUISTARE PRODOTTI D' OTTICA?

1. **Fedeltà** dovuta ad acquisti precedenti
2. **Vicinanza** al luogo di casa o di lavoro
3. **Professionalità** degli operatori
4. Vasto **assortimento**

QUALE FRA LE ALTERNATIVE SELEZIONATE E' IL FATTORE PIU' IMPORTANTE PER LEI?

Fedeltà dovuta ad acquisti precedenti **32,50%**

Professionalità degli operatori **18 %**



Hai bisogno di aiuto per i tuoi acquisti?

IN COSA SENTE LA NECESSITA' DEL SUPPORTO DELL' ADDETTO ALLA VENDITA?

Consigli tecnici + estetici **46 %**

Consigli tecnici **39%**

Fidelizzazione del cliente



Direct marketing



Attenzione a particolari target d'utenza

*Ci prendiamo cura
della vista del
tuo bambino.*

Fidelity cards

Richiedi la tessera



e scopri come ricevere una **ricarica** da

€. 5,00



per sapere come, rivolgiti a **Ottica R.E.** via Torrione 127 - Salerno
oppure invia una e-mail a ottica-re@yahoo.it

Fidelizzazione del cliente

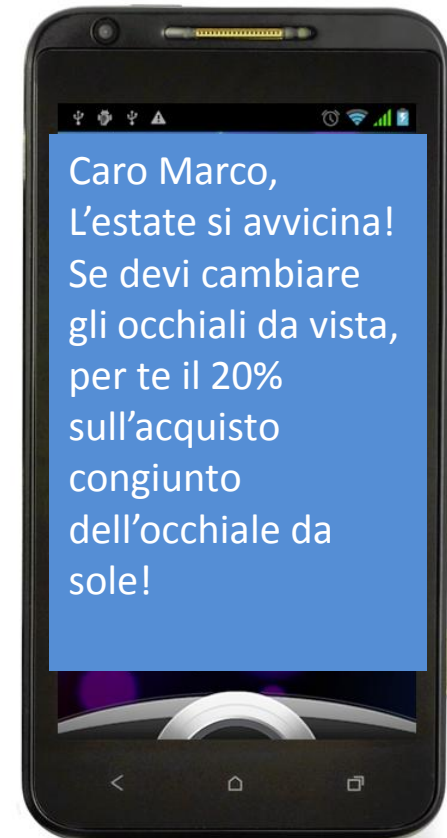
Utilizzo oculato delle informazioni che ho a disposizione sui miei clienti

Segmentazione (per età, tipologia di prodotto utilizzato, problematica,...)

Sviluppo di una comunicazione one to one



Direct marketing



Caro Marco,
L'estate si avvicina!
Se devi cambiare
gli occhiali da vista,
per te il 20%
sull'acquisto
congiunto
dell'occhiale da
sole!

Fidelizzazione del cliente

Servizio atteso

<p>85 ANNI = 85€ DI SCONTO</p> 	<p>45 ANNI = 45€ DI SCONTO</p> 
<p>38 ANNI = 38€ DI SCONTO</p> 	<p>10 ANNI = 10€ DI SCONTO</p> 



Ci prendiamo cura della vista del tuo bambino.

Attenzione a particolari target d'utenza

BACK TO SCHOOL

-20%

La Promozione **BACK TO SCHOOL** ti offre lo sconto del 20% sull'acquisto di un occhiale da vista e un occhiale di scorta compresi nel prezzo completo di lenti + montatura

e. **1+1 Sempre!**

L'occhiale di scorta compreso nel prezzo è del valore di 62€ lenti + montatura fino a dicembre 31 2011. Per informazioni e vendite 800-444-044 o a info@revexchon.it

Sconto su Occhiali da Vista

Active Spring centrostyle

Offerta valida su montature selezionate

D.3 anni - 49,00 €

Occhiale in glicofid con morbido gommone sulle aste. Cardine a mollo e serratore inelast.

adidas BOYS eyeglasses

3-8 anni - 40,00 €

A977 - transparent red A998 - petrol/line A991 - transparent blue

Ray-Ban BOYS & GIRLS eyewear

4-8 anni - 69,00 €

BB9205B - 022/13 BB9205 - 900/13 BB9205S - 900/71

Offerta Non cumulabile con altre promozioni e sconti. Validità dal 1 settembre 2011 al 31/12/11. Non valida su offerte e promozioni.

Offerta valida su montature selezionate

DA SOLI **99€**

OCCHIALI DA VISTA DA BAMBINO CON LENTI INDURITE

Offerta valida su montature selezionate

DA SOLI **149€**

OCCHIALI DA VISTA DA BAMBINO COMPLETO DI LENTI TRANSITION



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

ASCOM PADOVA

Ufficio Studi

Confcommercio Imprese per l'Italia

Ascom Padova

0498209767

centrostudi@ascompd.com