

QUADRO RIEPILOGATIVO RICERCHE SOCIALI E/O DI MARKETING (MKTG)

TIPOLOGIA	Censimento	Fare Ricerca	Fase pilota Pre Test	Ricerca Qualitativa/Motivazionale/Psicologica	Ricerca Quantitativa	Omnibus	Area Test	Psicografia: stili di vita (Eurisko)	Rilevazioni con mezzi anche telematici	Esempio: AUDITEL con meter	Esempio: NIELSEN punti vendita lettori codici a barre	Esempio: NIELSEN cons. famiglia	Giuria esperti	TECNICHE DI NEUROMKTG
CARATTERISTICHE														
Obiettivo	Censire		Farsi un'idea del fenomeno	Perché fenomeno	Dimensione fenomeno	Dimensione fenomeno a costi bassi - poche	Simulazione fenomeno	Segmentazione della popolazione	Dinamica fenomeno	Misurazione audience televisiva	Sell Out punti vendita	Sell Out famiglia	Predizione	CIRCUITI NEURONALI
Universo	pop.ne italia		di riferimento	di riferimento	di riferimento	di riferimento	di riferimento	di riferimento	di riferimento	popolaz.ne italia	di riferimento	di riferimento		
Campione statistico					Campione italia 1000 intervistati	1000 intervistati		5000 intervistati 14 - 74 anni	2000 - 3000 intervistati	Panel 5163 famiglie/9500M	panel distribuzione	panel famiglie	esperti	
Campione ragionato			2-3 interviste	min20 - max100 intervistati										
Periodicità	10 anni		Funzione obiettivo	Funzione obiettivo	Funzione obiettivo	Funzione obiettivo	Funzione obiettivo	trend annuali	Fisso/costante PANEL	24h / 24h			F. obiettivo	
Questionario monotematico														
Questionario pluritematico														
Guida di intervista														
Audio registrazione														
Video registrazione														
Domande dirette														
Domande indirette (profondità)														
Intervista personale														
Intervista di gruppo														
Intervista postale														
Intervista telefonica										Meter telefonico				
Intervista via internet														
Psicologia														
Sociologia														
Statistica														
Antropologia														
Economia														
Qualifica intervistatore o rilevatore	Rilevatore diplomato stipendiato		Psicologo sociologo	Psicologo sociologo	Diplomato sveglio occasionale	Diplomato sveglio occasionale	Gruppo di lavoro	Diplomato sveglio occasionale	Diplomato sveglio occasionale		Rilevatori			MEDICI SPECIALIZZATI



risonanza elettromagnetica funzionale

X= prevalente e/o esclusiva

O= caratteristica non prevalente

©M. Magagnino 1993

agglomerato 2012

domande dirette
domande indirette

lei legge libri gialli?
cosa pensa di coloro che leggono libri gialli?

domande a risposta chiusa
domande a risposta libera

lei preferisce la lettura di libri gialli, di romanzi o di poesie?
in che modo occupa il suo tempo libero?

