Formind Observatory Consumer, nuovo strumento per il marketing

20241022153218shutterstock-2471240673-78afc4f9

Oggi i mercati sono in rapida e dinamica evoluzione, per questo è necessario comprendere il comportamento di chi acquista. Conoscere il proprio cliente, cosa influenza la decisione di acquisto e quando è stato deciso, cosa compra, attraverso quali canali e a che prezzo.

Formind Observatory Consumer The AFH Channel risponde a queste domande, supportando la strategia di vendita e marketing dei propri clienti.

La nuova piattaforma di Formind ha l'obiettivo di **"entrare nel DNA del consumatore"**, rilevando comportamenti ed attitudini, per supportare il cliente nella gestione della complessità degli odierni consumi. **Utilizzando un approccio integrato tra i dati rilevati sistematicamente dal MindForHoreca e le ricerche** realizzate attraverso la Piramide dei Consumi derivanti dai tracking sul panel, FORMIND, è in grado di fornire un identikit sofisticato del consumatore.

Le insight potranno essere di supporto nei momenti cruciali del ciclo di vita del prodotto:

• ***Lancio***: il mio nuovo prodotto avrà successo?

• ***Sviluppo***: che cosa determina la crescita o la decrescita dei Brand nelle mie categorie?

• ***Concorrenza***: sto sottraendo clienti o li sto cedendo? E a chi?

• ***Fedeltà***: cosa altro e/o dove stanno acquistando i miei clienti?

• ***Trend***: quali consumatori stanno generando cambiamenti nel mercato?

• ***Target audience***: chi acquista il mio Brand oggi e chi potrebbe acquistarlo domani?

Formind oggi è in grado di fornire una comprensione globale del percorso di acquisto.

Formind Observatory Consumer The AFH Channel, è **puntato su diversi mercati e canali**, i dati rilevati sono riferiti sia al **beverage che al food**, questi ultimi vengono rilevati sia in termini di consumazioni (sala e delivery) che per tipologia di pietanze.

Il nuovo strumento di Formind è disponibile con cadenza mensile da settembre 2022 con due livelli di monitoraggio.

FIRST LEVEL:

Frequentazione mensile del momento di consumo per cluster di consumatore.

Trend frequentazione per cluster di consumatore ytd.

Trend andamento frequentazione totale momento di consumo ytd, con confronto anno precedente e anno 2019.

Rilevazione scontrino medio del momento di consumo per cluster di consumatore e confronto con il medesimo periodo dell'anno precedente.

Rilevazione scontrino medio del momento di consumo complessivo e confronto con il medesimo periodo nell'anno precedente.

SECOND LEVEL:

Il secondo livello potrà essere personalizzato secondo le esigenze del cliente, nonché dalla sua peculiarità merceologica.

Dall'elaborazione dei diversi tracking a standard sono possibili i seguenti livelli di monitoraggio:

pack per momento e luogo di consumo e relativa ponderata, variazione rispetto al medesimo periodo anno precedente e anno 2019.

quota mercato produttore (totale litri) per momento e luogo di consumo e ponderata volumi. quota mercato brand per momento e luogo di consumo e ponderata volumi.

quota mercato formato-produttore per momento e luogo di consumo e ponderata volumi.

È POSSIBILE RICHIEDERE LIVELLI DIVERSI DI MONITORAGGIO

FOOD HORECA

Rilevazione da Mind, delle portate servite nella ristorazione, sia in sala che da asporto. Rilevazione della croissanterie servita sia al bancone che al tavolo.

Le portate rilevate saranno segmentate come segue:

pizza panini primi piatti

secondi piatti prodotti dolci sala

prodotti forno bar (croissanterie)

riepilogo complessivo del mercato ytd con discostamenti pari periodo anno precedente e anno 2019.

Contatti: https://www.formind.it / mindcustomerservice@formind.it