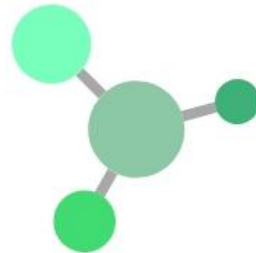




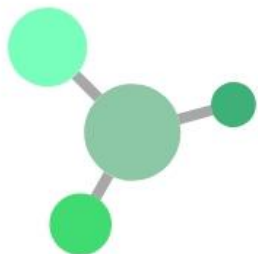
www.yoodata.it

IL PRIMO SHOP ONLINE DELLE RICERCHE DI MERCATO IN ITALIA





CRESCITA DELL'ONLINE



Le vendite online sono un settore dell'economia in vorticoso sviluppo; l'e-commerce continua a crescere anche in Italia



Acquisti online

In Italia nel 2017

23,6 miliardi di euro

+ 17% rispetto al 2016



Acquisti online di prodotti

In Italia nel 2017

gli acquisti online di prodotti (12,2 miliardi) sono cresciuti del 28% e hanno superato per la prima volta quelli di servizi (+7%, 11,4 miliardi)



B2B E COMMERCIO ONLINE

- Nell'ultimo biennio la crescita del B2B online è stata, nel mondo, del 20% circa. L'Italia nel 2018 sarà all'8° posto in Europa per volumi di scambio e quote di B2B online.
- L'Italia è indietro (spesa complessiva di 7 miliardi di Euro contro 214 miliardi in Europa), ma è in crescita.
- In Italia le aziende che acquistano online almeno l'1% degli ordini sono poco più del 20%, mentre nel Regno Unito arrivano a quasi il 60%.
- Le aziende che ottengono più del 60% dei lead dal canale online hanno una redditività migliore di chi opera offline.



UNA GRANDE OPPORTUNITA'

- Tutto questo ci dice che lo spazio di crescita c'è, ma bisogna approfittarne ora. Al momento giusto con lo strumento giusto.
- Yoodata è proprio questo: uno strumento che vuole implementare anche in Italia la vantaggiosità della vendita B2B online, nel settore delle ricerche di mercato.
- E' un'opportunità per tutti: istituti e società di ricerca, ricercatori, clienti, utenti, cittadini. E' lo strumento giusto, al momento giusto, per inserirsi nel trend di crescita prospettica del B2B online, nella consulenza di marketing.



Il crowdfunding è la ricerca di finanziatori attraverso il web

IL CROWDFUNDING



Il *crowdfunding* assume diverse forme a seconda di cosa offre in cambio.

YOODATA adotta la forma del *reward-based crowdfunding*: offre al finanziatore una ricompensa di natura non monetaria, ossia il prodotto realizzato attraverso il finanziamento.



IL CROWDFUNDING NEL MONDO



Nel 2017 raccolti nel mondo

\$ 34 miliardi

Donation/Reward-based crowdfunding:

\$ 5,5 miliardi

YOODATA

Yoodata è la prima piattaforma italiana di progettazione, realizzazione e vendita online di ricerche di mercato e analisi comportamentali.

PROGETTI

COME FUNZIONA

ESIGENZE DI RICERCA

IL CROWDFUNDING DI YOODATA



E' un'attività di pre-selling che opera per le ricerche di mercato che possono essere vendute ad una pluralità di aziende:



RICERCHE MULTI-CLIENT

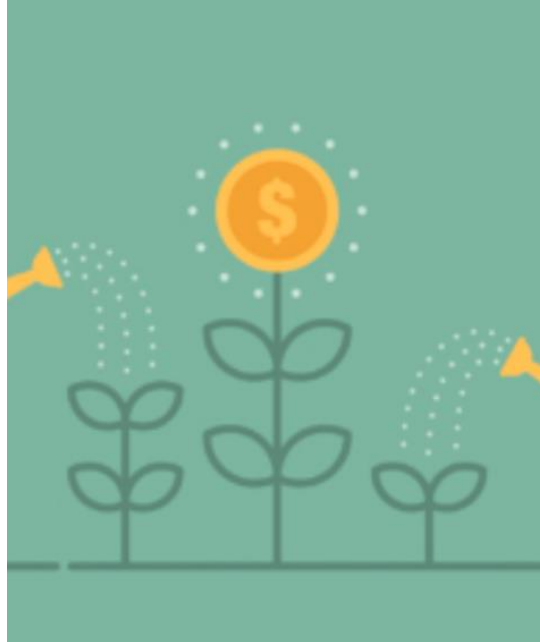


RICERCHE OMNIBUS



COME FUNZIONA YOODATA

- Si lancia il progetto di ricerca
- Si introduce una scheda che descrive obiettivi e metodologia
- Si stabilisce il prezzo di adesione al progetto
- Si lascia un periodo di tempo per decidere se aderire
- La ricerca parte se raggiunge un numero di sottoscrittori prefissato, corrispondenti all'investimento minimo necessario per finanziare la ricerca





ne funziona

periodicamente lancia progetti di indagine e di analisi, con l'indicazione de
cui è possibile aderire, e il numero di adesioni da raggiungere per fare pa

numero di adesioni viene raggiunto la ricerca parte, e alla data indicata i risultati ve
gnati a tutte le aziende che hanno sottoscritto la partecipazione

numero di adesioni non viene raggiunto la ricerca non parte, e l'azienda che ha sott
ota non perde alcuna risorsa

toscrizione comporta che la quota di adesione sia bloccata sulla carta di credito ut
ota di adesione viene prelevata solo se la ricerca parte, viene invece sbloccata se la r
parte. Il meccanismo di blocco e prelievo viene garantito dal sistema "All or nothing"

ALL OR NOTHING



- Il pagamento avviene con Paypal, modalità pre-approval, o con bonifico bancario
- L'azienda prenota la sua partecipazione con il versamento della quota di adesione
- Se la ricerca parte, perchè il target di investimento è raggiunto, la quota di adesione viene utilizzata per finanziare la ricerca
- Se la ricerca non parte, la quota di adesione viene restituita e nulla resta a Yoodata (meccanismo "all or nothing")

Progetti

[Home / Progetti](#)

U&A SOFT DRINK



RETAIL BOOSTER MULTI-CLIENT

I PROGETTI IN CONCRETO

U&A SOFT DRINK

RETAIL BOOSTER MULTI-CLIENT

L'USO DELLA PIATTAFORMA YOODATA

Quali Ricerche, quando, dove e chi le
utilizza

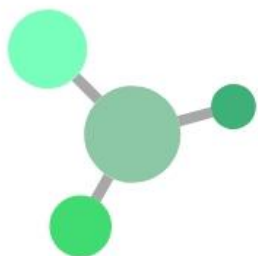


© YOODATA BY DATA-HUB





QUALI RICERCHE (1)



La Piattaforma si presta ai più svariati utilizzi: è possibile raggiungere consumatori e shopper per raccogliere informazioni sui loro atteggiamenti e comportamenti dichiarati, sulla loro soddisfazione e preferenza, ma è altresì possibile avviare analisi sui comportamenti fattuali d'acquisto.

Ricerche di Base



Sono le ricerche su grandi campioni di rispondenti che ci aiutano a fotografare gli atteggiamenti e l'utilizzo dichiarato, i bisogni ed i desideri, la soddisfazione e le preferenze, i problemi e le opportunità che i consumatori e/o gli shopper affrontano nella quotidianità.

Si possono sviluppare sulle categorie di prodotti e/o servizi, sui segmenti, ma anche sui target specifici, oppure su grandi temi e macro tendenze globali.

Analisi sui Comportamenti d'Acquisto

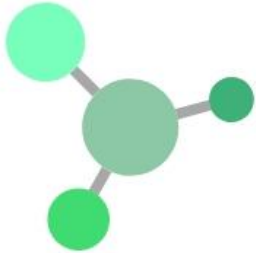


Attraverso l'accesso a grandi banche dati (Big Data) provenienti dai distributori e contenenti le informazioni raccolte tramite la gestione intelligente delle Carte Fedeltà, possiamo conoscere e quantificare i comportamenti d'acquisto sul punto di vendita.

Ciò permette di riconoscere quali siano le caratteristiche di prodotto più ricercate e fidelizzanti per una data categoria, individuare i momenti in cui sviluppare promo per aumentare il parco, conoscere le soglie di prezzo, e molto altro!



QUALI RICERCHE (2)



Inoltre, grazie a collaborazioni avviate con aziende specializzate e ricercatori, Yoodata può raccogliere dati ed informazioni relative ai Marchi/Brand e a studi di monitoraggio categoriale del Web e dei Social Media.

Ricerche di/sul Brand



Sono le ricerche condotte sui target e cross-section della popolazione che riguardano gli aspetti/le variabili fondamentali del “Branding”: Prodotto, Package, Posizionamento/Concept, Comunicazione, CSR, Environment Sustainability, Brand Image, Brand Architecture, Brand Equity.

Si possono sviluppare sulle categorie di prodotti e/o servizi, sui segmenti o sull’insieme delle attività che fanno capo al Brand e ai suoi principali concorrenti.

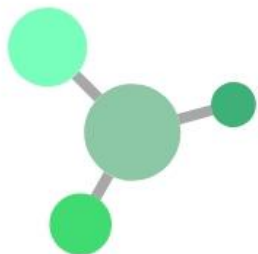
Web e Social Media Analytics



Web Monitoring categoriali, con particolare approfondimento per Social Media, Contenuti di Comunicazione e Online Reputation dei principali competitor di settore.



QUALI RICERCHE (3)



Infine, Yoodata può raccogliere dati ed informazioni relative a studi di monitoraggio dei canali distributivi (dalla Distribuzione Moderna, ai canali Impulso, dalle farmacie alle tabaccherie, dai grandi network specialistici alle forme più svariate di intermediatori della distribuzione).

Monitoraggio dei Canali Distributivi

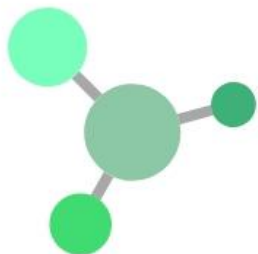


Grazie ad una quotidiana e totale copertura del territorio nazionale da parte di uno staff di rilevatori specializzati, siamo in grado di fornire informazioni relative alla Rete di Vendita, alle attività di Trade Marketing, di merchandising e aspetti assortimentali, di giacenze, OOS e prezzi.

Ciò permette la raccolta di tutte le informazioni utili al management per avere pieno controllo su quanto accade nel Trade.



DOVE E QUANDO



Yoodata nasce in Italia e la sua vocazione è quella di presidiare il mercato ed i consumatori del nostro Paese; tuttavia l'esperienza internazionale dei suoi fondatori è tale da non porre limiti alla possibilità di esportare in altri contesti la raccolta informativa.

Dove



Tutte le ricerche saranno lanciate in Italia e riguarderanno i consumatori e gli shopper del nostro territorio.

Tuttavia se dovessero nascere richieste che trovano interessi e riscontri da parte delle aziende sottoscrittrici a realizzare il fieldwork anche in altre realtà internazionali, le competenze e le conoscenze maturate dai fondatori sono tali da poter far fronte anche a queste ipotesi.

Quando



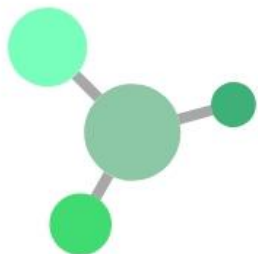
Oggi ci presentiamo sul mercato con 4 progetti che contiamo di eseguire nella sessione autunnale del 2018.

Abbiamo già molte altre idee nel nostro "incubatore" da presentare al mercato nella successiva sessione invernale 2018/2019.

Ma ci aspettiamo anche una forte spinta da voi tutti per l'implementazione di progetti che possano stimolare l'interesse di altri committenti.



CHI LE UTILIZZA



Yoodata è in grado di offrire i propri servizi a due tipologie di fruitori: le Aziende e gli Istituti

Aziende



Ci rivolgiamo a tutte le aziende che operano nei più svariati settori del mercato: FMCG, Distribuzione, Banking, Finance & Insurance, Trasporti e Combustibili, Utilities, Servizi Sanitari e Spese per la salute, Abbigliamento e Calzature, Comunicazioni, Abitazione, Ricreazione, Spettacoli e Cultura, Tabacchi, Mobili, articoli e servizi per la casa, Servizi ricettivi e di Ristorazione, ecc.

Istituti



Gli Istituti di Ricerche possono collaborare con Yoodata: la piattaforma è per loro una sorta di "Agorà" in cui ricercare i possibili sottoscrittori per i loro progetti.



E ORA, METTETEVI ALLA PROVA!



Visitate il nostro sito:

www.yoodata.it

e scoprite quali progetti abbiamo già messo in cantiere!



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



sandra.bruno@yoodata.it

massimo.cesaretti@yoodata.it

alessandro.amadori@yoodata.it



www.yoodata.it

