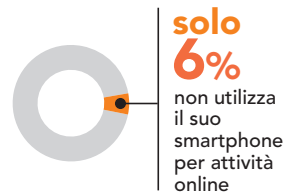
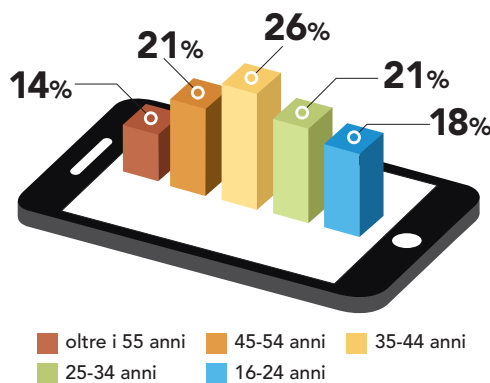
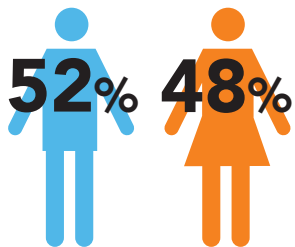


Profilo surfer



Mobile Promotion



Hanno ricevuto buoni sconto su smartphone



37%
2012

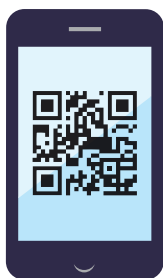
47%
2013



44% li gradisce

14% non li gradisce

Perché? Non voglio il cellulare intasato da messaggi (44% voto 9-10)



QR Code

Conoscono e usano

2011

26%

2013

40%

Il QR Code è poco usato, le cause principali:

Non è chiaro come si usa e per cosa

53%

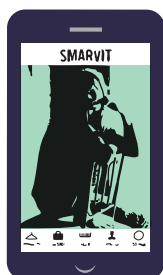
Conoscono e non usano

51%

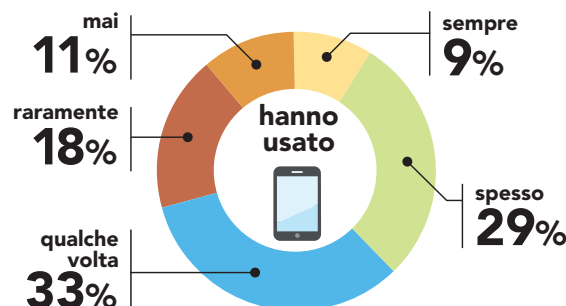
49%

Non si possiede la app per leggere il codice

27%



Mobile all'interno di un punto vendita



Le principale attività svolte

Confrontare i prezzi

42%

Inviare messaggi e fotografie relativi alla spesa/acquisti a amici/famigliari

30%

Cercare informazioni aggiuntive sui prodotti

25%

Nota metodologica

indagine CAWI (panel Doxa - Duepuntozero Research) tramite questionario via Web ad un campione di 1503 individui utilizzatori di cellulare/smartphone che accedono a internet, scaricano e/o utilizzano app.

5 PROFILI

MOBILE
Uso entusiasta e pervasivo

BRAND
Utilitarismo e razionalità

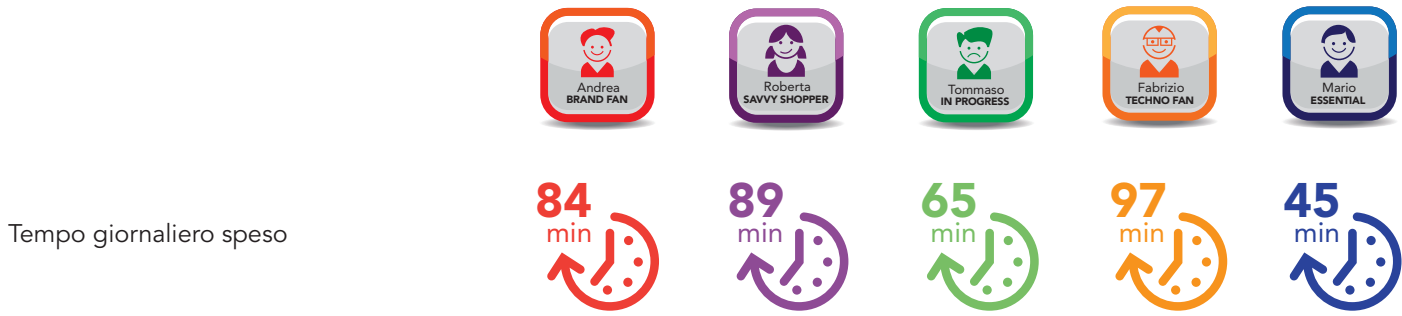
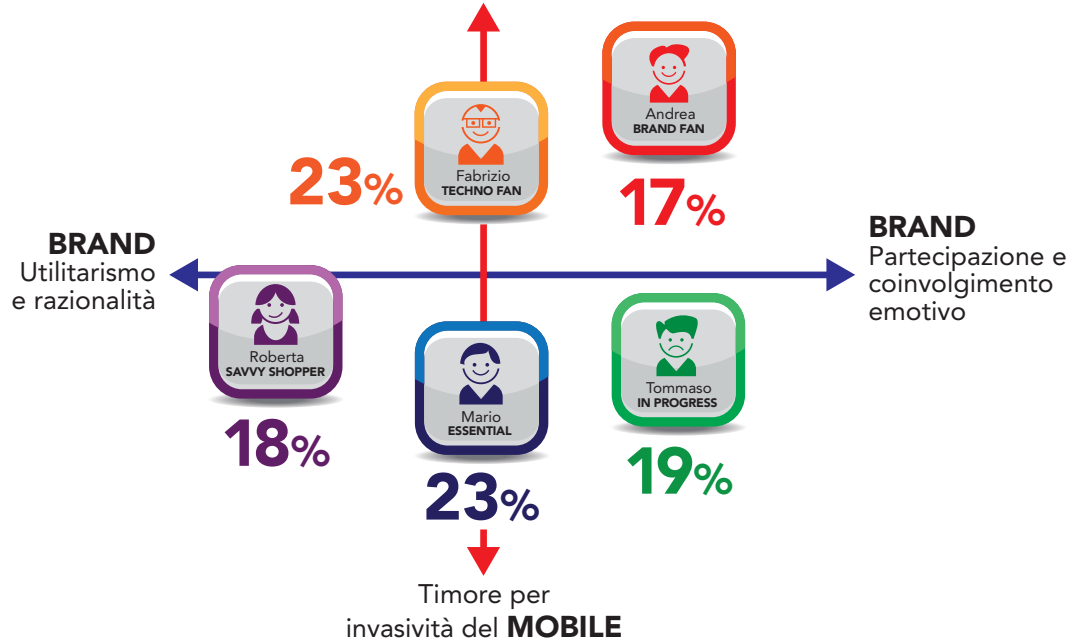
BRAND
Partecipazione e coinvolgimento emotivo

Timore per invasività del **MOBILE**

Doxa

Nell'ambito del mobile marketing garantisce insight sul consumatore digitale e know how sulle dinamiche di evoluzione del settore per aiutare le aziende a prendere decisioni e definire strategie

guido.argieri@doxa.it
www.doxa.it



Mobile Promotion



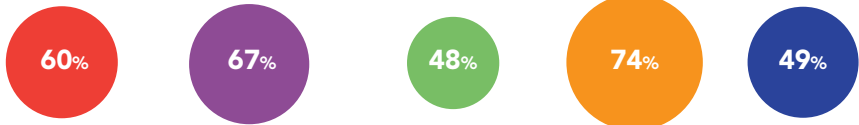
Gradisce ricevere buoni sconto



MOBILE Advertising



Hanno visto spesso un adv



Hanno cliccato spesso



QR Code



L'hanno usato



Mobile nel punto vendita



L'hanno usato nel pdv (sempre + spesso)

