

OIF

OSSERVATORIO FINANZIARIO

PRESENTA

O.R.

OSSERVATORIO RAVVICINATO

O. R.

**Osservatorio Ravvicinato** è un modello originale di indagine ideato, progettato e utilizzato da OF per offrire ai Clienti **risposte esaurienti e veritiere a domande relative alla richiesta e all'uso dei prodotti e servizi** su scala nazionale sia propri che della concorrenza.

# Obiettivi di analisi

Un Osservatorio Ravvicinato di OF offre l'analisi in profondità di un segmento di mercato verticale, con il benchmark dei competitor e una sintesi dell'offerta commerciale e del trend. In particolare l'analisi:

## customer experience

Individua quali sono le modalità più utilizzate per nuove acquisizioni, le offerte di consolidamento e le personalizzazioni offerte ai clienti per un passaggio da un operatore ad un altro, le offerte in essere per attività di retention sui propri clienti eccetera attraverso interviste dei "provatori" della Community di OF.

## punti di forza e di debolezza

Offre l'osservazione qualitativa dell'offerta per verificarne la competitività ed il gap rispetto al Cliente che richiede il report. Su richiesta l'Osservatorio permette la partecipazione di Focus Group con personale indicato dal Cliente.

# Metodologia originale

La metodologia utilizzata per un Osservatorio Ravvicinato di OF si avvale di **Focus Group permanenti** dove clienti di banche, finanziarie eccetera sono selezionate e seguite da esperti di gestione della Community. Le persone provano alcune tipologie di prodotti in modo ricorrente (mutui, conti, depositi, prepagate, home e mobile banking). Queste prove sono particolari per due motivi:

## racconti **reali**

Sono reali. Le persone richiedono davvero un prodotto/servizio (mutuo, carta, conto, prestito, assicurazione eccetera) e lo usano realmente.

## profili **famiglia**

Sono a campione. I focus sono creati sulla base di profili di tipo famiglia (nonni, genitori, figli adulti, amici dei figli, cugini e zii) dislocati in diverse aree del Paese.

## Focus Group

Il Focus Group specializzato sull'analisi ravvicinata è un gruppo gestito. La gestione è condotta direttamente da Francesca Tedeschi coadiuvata dal team di analisti senior e da un team di esperte in mystery (tutte donne di età compresa tra i 60 e i 28 anni). Il F.G. viene ampliato attraverso la cooptazione di persone che hanno interesse a sottoscrivere il prodotto/ servizio preso in esame.

## Profili dei provatori

Le persone coinvolte sono ricercate attraverso contatti personali dei membri della community di OF allargabili in alcuni casi attraverso mailing proprietari. L'età è compresa tra i 25 e i 70 anni in numero identico tra uomini e donne. Le tipologie professionali dei provatori sono ampie: studente, dipendente a tempo indeterminato, stagista, professionista, commerciante, consulente. Una volta che la Community è attivata possono essere trovate persone con profili diversi inseriti nelle categorie scelte dal Cliente.

## Indagine qualitativa

Il questionario preparato in base alle richieste del Cliente elenca domande in modo puramente indicativo perché è importante che le persone che stanno effettivamente sottoscrivendo un prodotto o utilizzando un servizio siano libere di descrivere liberamente la realtà con parole proprie. I provatori sono intervistati dalle esperte del team. L'osservazione qualitativa si avvale dell'esperienza nell'analisi dei prodotti/servizi del team che gestisce il Focus Group.

# Costruzione di un O.R.



## elenco triggers

Nella prima fase il team di analisti individua le reali necessità del Cliente mettendo a punto un elenco di triggers e partendo da un **forte vantaggio competitivo**: OF monitora costantemente i prodotti e i servizi di oltre 400 operatori finanziari e utilizza da anni Focus Group di “provatori” su tutto il territorio nazionale.



## settaggio della bussola

La metodologia originale di OF prevede il **disegno di una bussola ad hoc per l’O.R.** con la descrizione esatta dei confini dell’indagine sia per quanto riguarda i prodotti/servizi sia per quanto riguarda le attività (promozione, vendita, post-vendita eccetera) da monitorare e studiare.



## attivazione della community

Per le analisi verticali, mirate e personalizzate su un singolo prodotto o un singolo argomento di interesse - vedi **Osservatorio Ravvicinato Prestiti** - sono attivati insieme ai “provatori” dei Focus Group permanenti altri provatori intervistati dal team di analisti.

# Raccolta e analisi dei risultati



## le fonti

dai provatori dei Focus Group e dai clienti reali intervistati

- **Racconti di vita reale** L'indagine si basa su racconti di persone che realmente hanno sottoscritto, acquistato un prodotto, attivato e usato un servizio. Per riuscire ad ottenere tutte le risposte attese gli analisti intervistano i provatori.
- I racconti sono completati da raccolte di casi da **forum e social network** che sono attentamente validati dal team di analisti.



## le analisi

Algoritmi proprietari per la stima di dati e l'analisi dei risultati

- **Analisi e Test.** Gli analisti conoscono molto bene i prodotti e servizi di cui si sta occupando un O.R. riuscendo ad individuare eventuali problematiche come prove non andate a buon fine.
- In alcuni casi sono attivate anche **indagini effettuate dagli stessi analisti** (mystery) laddove rimangano dubbi o scoperti alcuni dei triggers.
- In altri casi, **gli analisti supportano i provatori durante le trattative** con la banca/assicurazione attraverso whatsapp.

# O.R. I report



PROVATORE 1  
DIPENDENTE A TEMPO  
INDETERMINATO NELLA  
PA DI ANNI 50 UOMO NON  
SPOSATO CONVIVENTE AREA  
GEOGRAFICA NORD



PROVATORE 6  
PENSIONATO DI ANNI 70 UOMO  
E SPOSATO AREA GEOGRAFICA  
NORD OVEST



PROVATORE 2  
UOMO, 55 ANNI, INGEGNERE,  
CON FIGLIO DI 23 ANNI  
UNIVERSITARIO, BRIANZA  
MILANO



PROVATORE 7  
PICCOLO IMPRENDITORE DI  
ANNI 60 DONNA SPOSATA AREA  
GEOGRAFICA NORD



PROVATORE 3  
GIOVANE DI ANNI 30 LIBERA  
PROFESSIONISTA DONNA  
SINGLE AREA GEOGRAFICA  
NORD EST



PROVATORE 8  
LIBERO PROFESSIONISTA UOMO  
66 ANNI AREA GEOGRAFICA NORD

estratto da La Bussola Prestiti

## I profili diversi

I report organizzano i racconti in base ai profili dei provatori individuati completate da un customer insight e da una indagine sui prodotti e servizi presi in esame.

## le risposte

- Per ciascun trigger viene formulata una risposta sintetica
- Nel report sono indicati i gap per ciascun prodotto/ servizio
- Viene fornito un elenco con i punti di forza e di debolezza dell'istituto sotto analisi
- Vengono confrontate le performance dei prodotti dei concorrenti

# O.R. I confronti

	# Provatore	Dealer	Prodotto	Capitale prestito	TAN	TAEF	Durata in mesi	Rata mensile	Totale interessi	Totale pag
DVA 1	29	Banca Sella	Spese materiale scolastico	€ 2.000/5.000			60	€ 99,88		
DVA 2	19	BPER Banca	Viaggio	€ 3.000	9,90%	13,72%	24	€ 138,30		€ 3.319,1
DVA 3	27	Banca PSA Italia	Auto	€ 16.190	4,50%	6,09%	36	€ 246,40		€ 17.926,1
DVA 4	27	Intesa Sanpaolo	Auto	€ 10.000	6,90%	9,79%	60	€ 209,39		
DVA 5	20	Compass	Auto	€ 10.000	14,40%	16,35%	60	€ 273,78		€ 11.512
DVA 6	32	Compass	Tasse	€ 10.000	9,91%	12,40%	84	€ 166,00		
DVA 7	20	UniCredit	Auto	€ 15.000	9,20%	9,96%	84	€ 242,86		
DVA 8	8	Poste Italiane	Spese legali	€ 20.000		9,31%	84	€ 320,00		
DVA 9 (KO)	8	Findomestic	Spese legali	€ 20.000						
DVA 10	33	Intesa Sanpaolo	Spese casa	€ 20.000			120	€ 258,25		
DVA 11	30	Mediatore-Reale Mutua	Arredamento	€ 25.000						
DVA 12	28	BCC Roma	Attività commerciale	€ 30.000						
DVA 13 (KO)	31	Findomestic	Richiesta estinzione	€ 30.000						
DVA 14		Crédit Agricole	Liquidità	€ 30.000						
DVA 15		UBI Banca	Liquidità	€ 30.000						
DVA 16		Creдем	Liquidità	€ 30.000	10,91%	14,28%		€ 466,74		
DVA 17		La Valsabbina	Liquidità	€ 30.000						

LEGA

0- 5.000€  
5.001€ - 14.900€  
15.000€ - 30.000€

estratto da La Bussola Prestiti

## punti di osservazione

Nei report si evidenziano i punti di osservazione per migliorare la leggibilità dei confronti tra gli operatori analizzati per tipologia di provatori.

## tabelle di confronto

Nei report sono inserite numerose tabelle in base all'analisi svolta. Le tabelle e le infografiche sono i primi risultati condivisi con il Cliente.

## I numeri della Community

- 5 Focus Group permanenti di 7 persone ciascuno
- Fino a 100 prove reali su base annuale
- Possibile ampliamento del numero di prove attraverso lancio test via Social e con articoli nel sito di news di OF
- Utilizzo mailing proprietari per test aggiuntivi
- Utilizzo community di terze parti su richiesta con utilizzo di test chiusi

# Step di un O.R.

## triggers e bussola

Perimetro di analisi con elenco domande del Cliente e obiettivi. Disegno della Bussola, studio del prodotto/servizio e preparazione del questionario di base. Identificazione dei profili dei provatori.

## attivazione

Viene “lanciato il sasso nello stagno” creando come nella similitudine i cerchi concentrici che si allargano nella Community e si raccolgono le esperienze.



## primo draft

Dopo un periodo di circa 30 giorni lavorativi è possibile organizzare una call sulla base dei primi risultati propedeutica per la redazione del primo draft del report.

## interviste e report

Prove, esperienze, interviste sono raccolte e organizzate per preparare il report definitivo. Lay-out personalizzati sono inclusi nell’offerta.

O.R.  
definitivo

# Report O.R. disponibili

## La Bussola Prestiti

Publicazione trimestrale incentrato sulle offerte di finanziamenti alle famiglie da parte di banche, finanziarie e dealer. Le prove sono realizzate con la metodologia O.R. e sono personalizzabili.



## Nuovi prodotti

Valutazione del nuovo prodotto in fase di lancio e di test con il confronto con altri prodotti simili di operatori nazionali e/o internazionali.

## Report Multirischi

Un Osservatorio Ravvicinato sulle Assicurazioni Multirischi per professionisti e PMI è stato realizzato ed è disponibile un aggiornamento su richiesta.



## Rete di vendita

Supporto alla valutazione delle performance dei venditori/consulenti e addetti di una rete di vendita sia tradizionale in filiale/negozi sia online con portali.

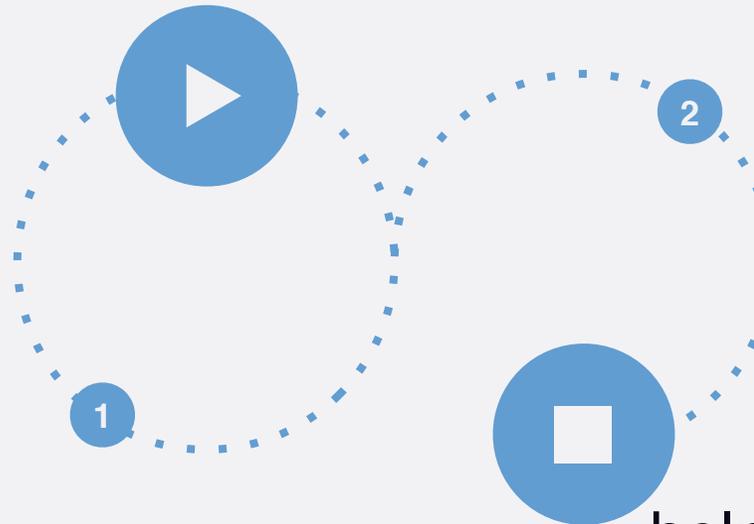
# Integrazione con altre tecniche

## modello originale O.R.

Il modello attuale prevede la combinazione tra il confronto dell'offerta della concorrenza e le prove raccolte con i racconti e le interviste

## CAWI e social

Nuove informazioni sono raccolte attraverso test CAWI utilizzando i social network (FB, LinkedIn) e i mailing proprietari



## analisi territoriale

Per mezzo della geolocalizzazione dei dati (sportelli, comuni ecc) viene condotta un'analisi sulle differenze geografiche anche con il supporto dello studio dei bilanci

## help online

Sviluppo e gestione di una community che raccoglie domande di aiuto a problemi degli utenti di prodotti e servizi finanziari con stanze private e pubbliche e con esperto virtuale

# Step modello misto

## selezione del panel

Preparazione del panel con privacy espressa selezionando la penetrazione utile all'indagine dai mailing proprietari di OF e/ delle terze parti partner di OF.

## questionario/i

Viene preparato il questionario da inviare via email oppure usando la piattaforma di OF personalizzata per il Cliente in base agli obiettivi espressi.



## risposte aperte

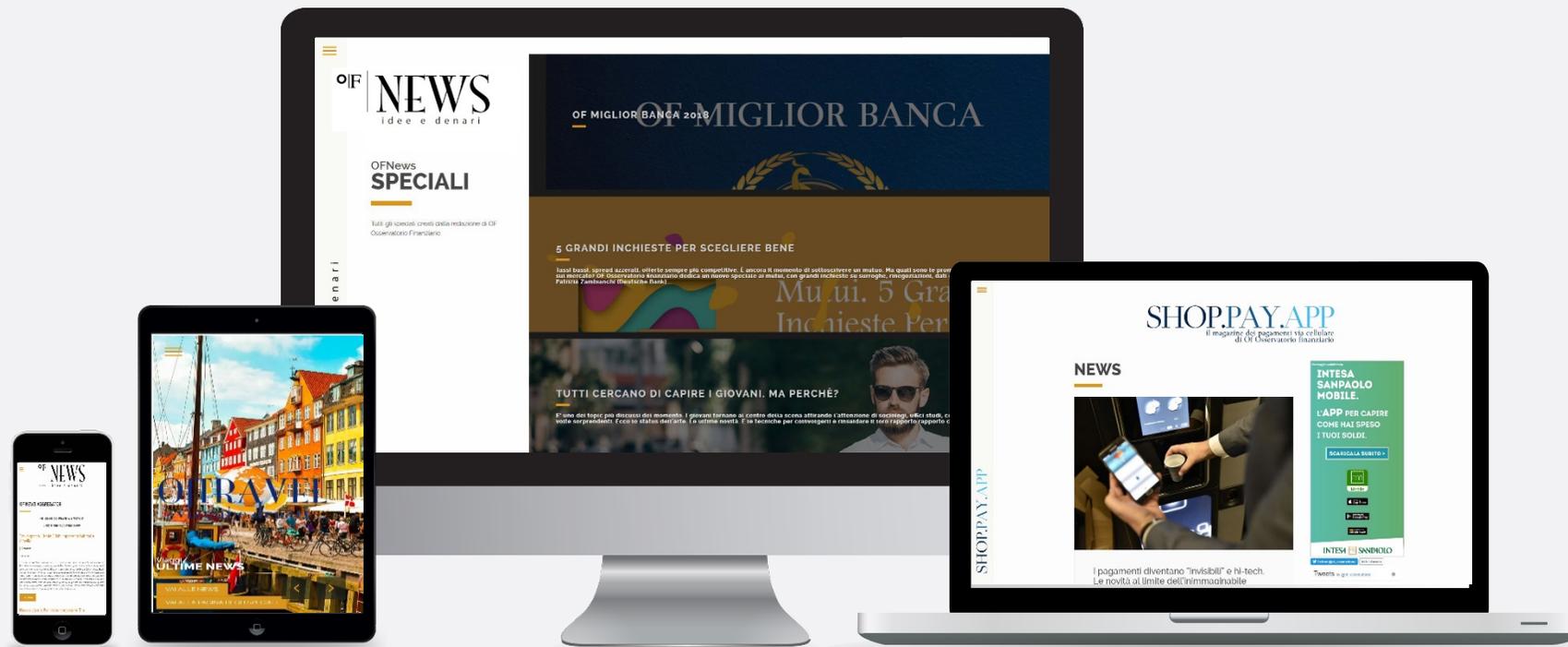
Il questionario prevede risposte aperte e la possibilità di essere richiamati per approfondimenti e interviste successive che servono a integrare il modello O.R..

## report

Risposte ai questionari, prove, esperienze, interviste sono raccolte e organizzate per preparare il report definitivo. Lay-out personalizzati sono inclusi nell'offerta.

O.R. mix  
definitivo

# Supporto con le news



articoli, rassegna stampa, magazine, prodotti

OFNews.it, OFTravel.it Viaggi & Denari, OFHome.it Case & Denari, ShopPayApp.com sono i portali di news attivabili per supportare le fasi di test e analisi. OFNews Aggregator da oltre 10 anni ogni giorno invia a oltre 10mila email una rassegna economica, finanziaria e di tecnologia su circa 50 testate nazionali e internazionali. Le news sono utilizzate come supporto anche ai fini della raccolta di esperienze, domande, richieste-

## indirizzo

---

Via Durando 38  
Italy, Milan, 20158  
[franted@ofnetwork.net](mailto:franted@ofnetwork.net)

[#noilavoriamodacasa](#)

## telefoni

---

cell +39 342 6104866  
cell +39 348 0624980

## online

---

[osservatoriofinanziario.com](http://osservatoriofinanziario.com)  
[twitter/@of\\_osservatorio](https://twitter.com/of_osservatorio)  
[OFNetwork.net](http://OFNetwork.net)