



HIGH TECH HUMAN TOUCH



Numero Blu | RICERCHE DI MERCATO

**100%
ITALIANA**

INDIPENDENTE

**DA OLTRE 20 ANNI
SUL MERCATO**

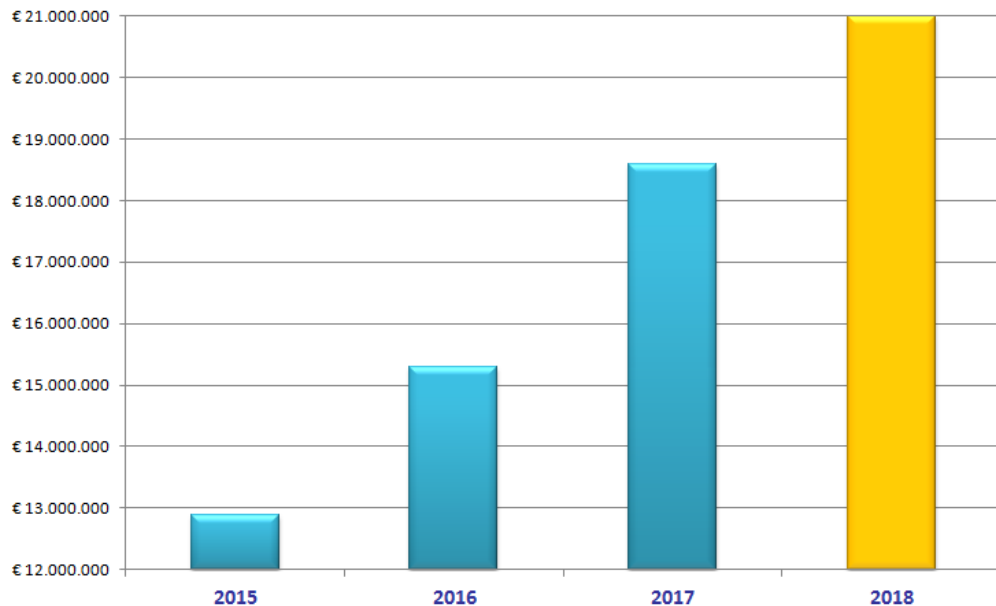
Numero Blu è una realtà totalmente italiana che offre alle aziende servizi personalizzati, attraverso le **Divisioni di Ricerche di Mercato** e di **Contact Center**.

Negli anni ha mantenuto la sua indipendenza crescendo in expertise, sia per l'offerta di servizi evoluti, sia per il progressivo presidio settoriale.

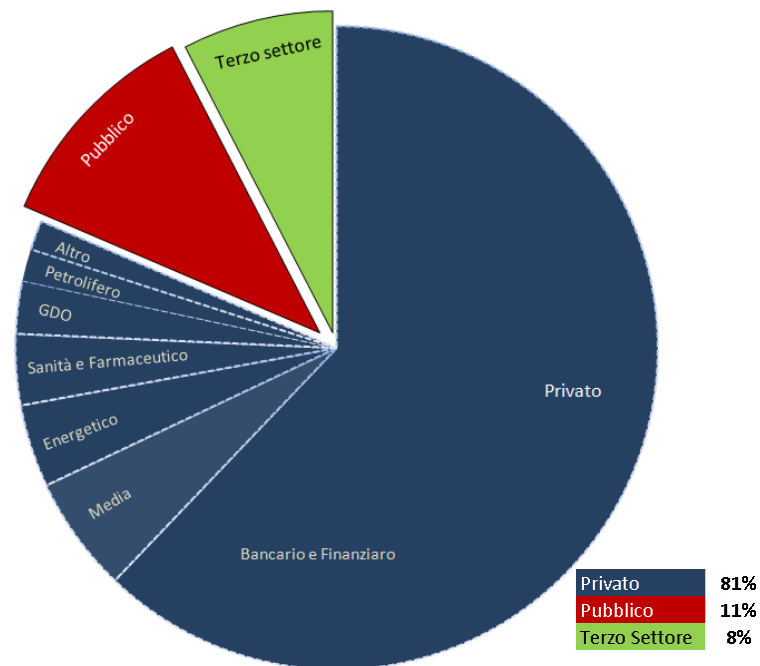
La struttura, dotata di un reparto IT interno, è agile e flessibile; le persone sono competenti e appassionate: tutto questo garantisce velocità di progettazione e di esecuzione.

Numero Blu è partner ideale nel Business Process Outsourcing

Fatturati e previsioni 2018



% Fatturato per settore



6 M

Contatti
Inbound



1,5 M

Contatti
Outbound



500 K

Contatti
Multichannel



5 sedi

Roma,
Legnano e Milano



800

Postazioni
Operatore



100

Commesse
Attive



La Divisione Ricerche di Mercato di Numero Blu

- È composta da un team di professionisti multidisciplinari e complementari: statistici, sociologi, psicologi e informatici specializzati in metodologie qualitative e quantitative.
- Opera in contesti Business to Business (B2B) e Business to Consumer (B2C), per committenti nazionali ed internazionali.
- Utilizza strutture interne ICT per lo sviluppo e gestione delle piattaforme CATI, CAPI e CAWI.
- E' presente in tutte le grandi città italiane (attraverso partner selezionati che offrono strutture, reclutatori, moderatori e traduttori simultanei).
- Coordina e conduce un vasto numero di progetti per Istituti esteri interessati a conoscere il mercato italiano.
- E' affiliata **Esomar** (European Society for Opinion and Market Research); **EphMRA** (European Pharmaceutical Market Research Association) e **Digital Insight Network**.





Corporate Identity
& Image



Brand strategy,
Brand positioning



NPD, Insight generation,
Concept / Product /
Name test



Packaging, Shelf Test



Mystery Call



Awareness, Usage
& Attitudes



Advertising Studies:
Pre & Post test, Recall test,
Impact, Persuasiveness



Customer Satisfaction,
Loyalty & Retention



Mystery Shopping

QUALITATIVE

- Interviste in profondità e semi-strutturate (telefono o Face2Face)
- Interviste ad Opinion Leader / Esperti
- Focus group, off / online
- Mini gruppi (Duo/Trio)
- Workshop
- Diari
- Ricerche etnografiche, shop experience
- Test di usabilità
- Forum e Bulletin Board / sessioni sincrone e asincrone

QUANTITATIVE

- Interviste telefoniche/personali (CATI, CAPI)
- Interviste online (CAWI)
- Concept e Product Test in casa/ in sala
- Mystery shopping e Mystery calling
- Interviste sul punto vendita/ in store auditing
- Clinic Test

PERSONE E CAPACITÀ OPERATIVA

CONSULENZA E AFFIDABILITÀ'

TECNOLOGIA E FLESSIBILITÀ'

- **Approccio consulenziale** al Cliente nella gestione di progetti complessi
- **Partnership e relazioni** di fiducia consolidate nel tempo con Istituti di ricerca internazionali
- **Visione globale** associata a una forte **conoscenza delle specificità locali** per applicare le migliori metodologie finalizzate alla comprensione del mercato
- **Know-how, competenza e passione** del team di progetto
- Capacità di **progettazione e customizzazione** dei sistemi informativi e di sviluppo degli applicativi gestionali per la produzione dei report di ricerca
- **Velocità di risposta e di set up dei progetti** grazie all'immediata disponibilità di intervistatori operanti nella struttura di field in house.



- **Team di ricercatori** formato da **statistici, psicologi e sociologi** per la progettazione, il coordinamento e la supervisione delle attività di ricerca.
- **Intervistatori telefonici** reclutati dal team interno e formati in modo continuativo e qualificato.
- **Rete di intervistatori personali e mystery shopper** (ca. 1.000) sull'intero territorio nazionale con **19 supervisor regionali**.
- **Moderatori senior e intervistatori per ricerche qualitative, selezionati per expertise nei settori:** Finanziario, Farmaceutico, Petrolifero, Hi-tech, Consumer, Media e Comunicazione, No profit, Automotive.



- **Affiancamento consulenziale** per la condivisione degli obiettivi di ricerca, rigore metodologico nella definizione del campionamento e nell'individuazione degli strumenti più adeguati per raggiungere gli obiettivi del Committente.
- Capacità di realizzazione di focus group con conduzione "**ideativo-creativo**" e "**razionale-analitico**".
- I rapporti finali di ricerca contengono le **tavole statistiche**, l'**analisi** e l'**interpretazione** dei dati con le considerazioni **conclusive**.



- ❑ **Struttura organizzativa ICT** interna dedicata alla progettazione ed all'esercizio dei servizi personalizzati per Committente.
- ❑ Software **CATI /CAPI/ CAWI sviluppato** internamente.
- ❑ **Applicativi gestionali e package statistici** per l'elaborazione dei dati di ricerca.
- ❑ **Dashboard on line.**
- ❑ **Focus Vision / Web Streaming.**



La struttura

La Divisione Ricerche di Mercato dispone di una sede operativa utilizzata come **Central Location**, situata a **Roma**, in zona centrale, dotata di:

- una sala gruppi con specchio monodirezionale
- una adiacente sala cliente in grado di ospitare 6/7 persone per l'osservazione delle attività svolte
- uno spazio dedicato al virtual shelf test
- una sala con 12 postazioni CATI dedicate ad interviste telefoniche per una migliore integrazione dei progetti quali-quantitativi.

La sala gruppi è accessibile tramite il sistema Focus Vision/Web Streaming con disponibilità di servizi di audio e Video registrazione, traduzione simultanea e trascrizione.

La Divisione dispone anche di una **sede operativa** a **Milano**, in zona centrale, con 50 postazioni CATI per la realizzazione di field di ricerche di mercato.



Tracking annuale di Customer Satisfaction sulla clientela assicurata



Indagini di supporto al loyalty programme



Accordo quadro per la realizzazione di ricerche sulla clientela Retail, Business e personale dipendente.



Customers Satisfaction sui Donors



Progetti quali- quantitativi per le principali multinazionali farmaceutiche



Post test sull'utilizzo di prodotti oftalmici



Mystery Call sul servizio di Customer Care



Indagine quantitativa per supportare gli ottici nella maggiore diffusione delle LaC



Indagine quantitativa sulla fruizione musicale degli italiani

Divisione Ricerche di Mercato

Numero Blu

Via Serafino, 5 - 00136 Roma

Tel. +39.06.66191

Market_research@numeroblu.it

www.numeroblu.it