



# COMPETITOR SET

---

**BRIX**  
smart research

# La ricerca



- Tipologia committente: AGENZIA MARKETING
- Tipologia azienda oggetto di indagine: GROSSISTA DI MATERIALE ELETTRICO
- Brix utilizzati: COMPETITOR SET

Periodo di rilevazione: dal 22/05/2017 al 24/05/2017

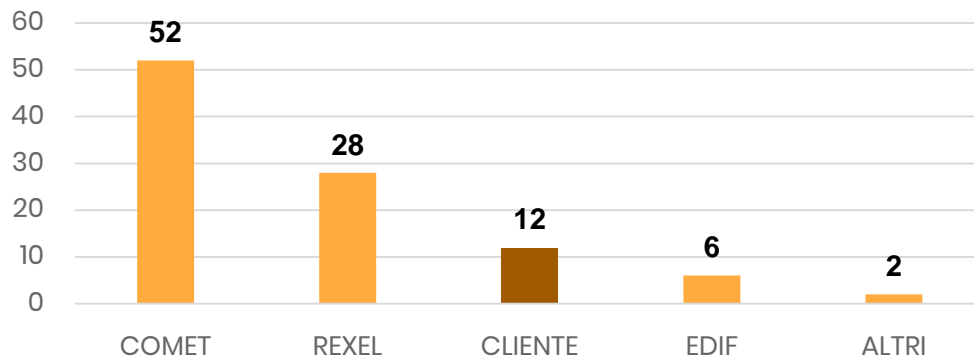
Numero di interviste: 300

Metodologia: CATI – INTERVISTE TELEFONICHE

Area di intervento: 3 PROVINCE DELLA ROMAGNA (RAVENNA, RIMINI E FORLI'-CESENA)



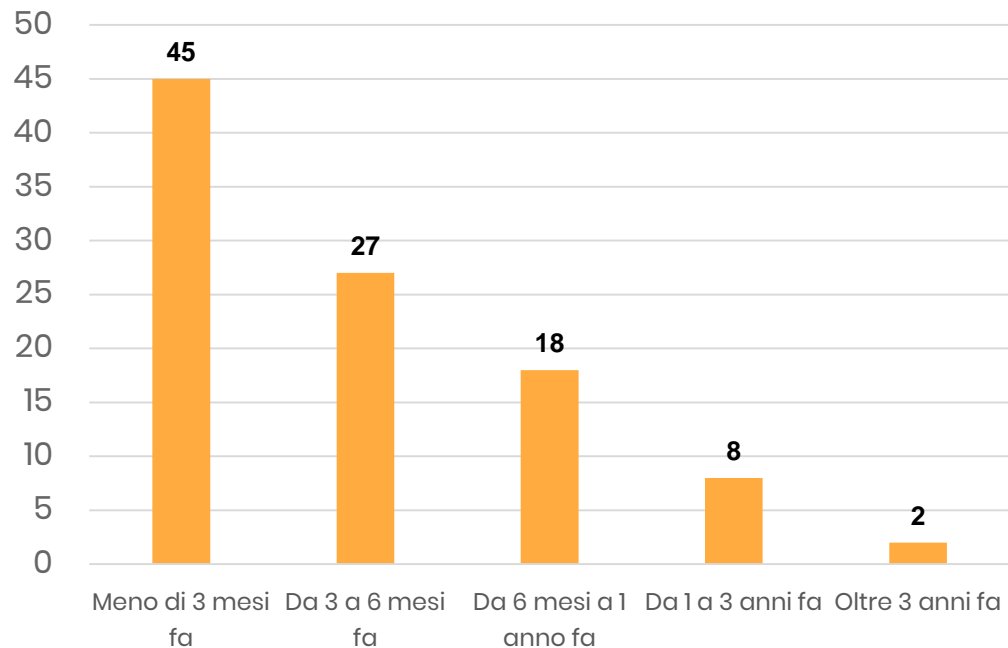
## Potrebbe dirmi da chi si rivolge per i suoi acquisti di «Materiale Elettrico»?



Osserviamo come il panorama dei fornitori non sia particolarmente frammentato; il ruolo di fornitore principale è ricoperto dall'azienda COMET.

Il Cliente si posiziona al terzo posto, abbastanza distanziato rispetto ai primi due competitor.

## Mi sa dire, se lo ricorda, a quando risale l'ultima volta che ha acquistato «Materiale Elettrico»?

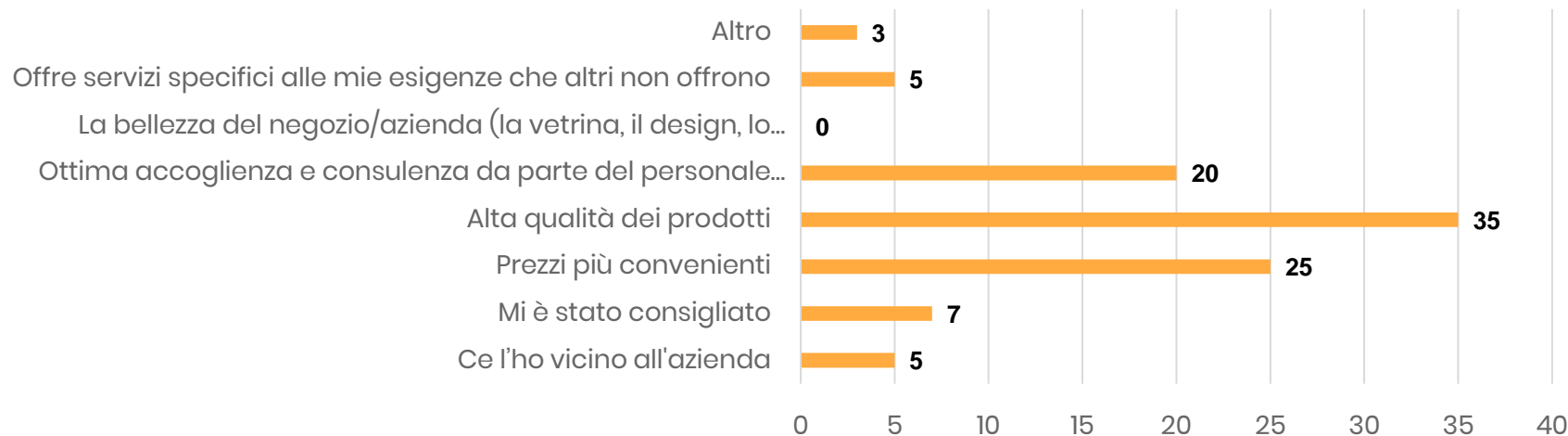


Le imprese intervistate sono assidue acquirenti di materiale elettrico.

La quasi totalità ha fatto acquisti entro un anno dall'intervista, con una punta del 45% di aziende che ha fatto acquisti da meno di tre mesi.

Le risposte sono piuttosto interessanti, perché provengono da acquirenti abituali.

## Mi saprebbe dire la ragione principale che l'ha spinto a scegliere quel determinato fornitore di «Materiale Elettrico»?



La scelta del fornitore dipende soprattutto dalla **qualità del prodotto** e dal **prezzo conveniente**.

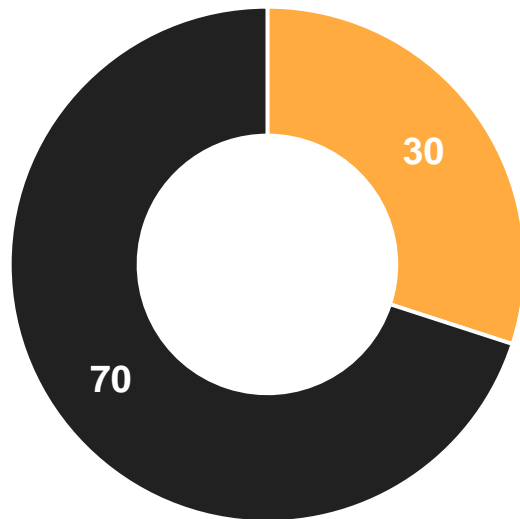
Importante, invece, per il 20% è la **consulenza da parte del personale**, che viene evidenziata anche dalle voci «Altro».

\*Specifica delle voci «Altro»:

**1 prodotti sostitutivi vantaggiosi;**

**2 reperimento prodotti mancanti in tempi brevi.**

## Definirebbe quel fornitore di «Materiale Elettrico» di fiducia?



■ Sì ■ No

### Ragioni per le quali il fornitore viene definito «di fiducia»

Solo un 30% ritiene il fornitore abituale, «di fiducia».

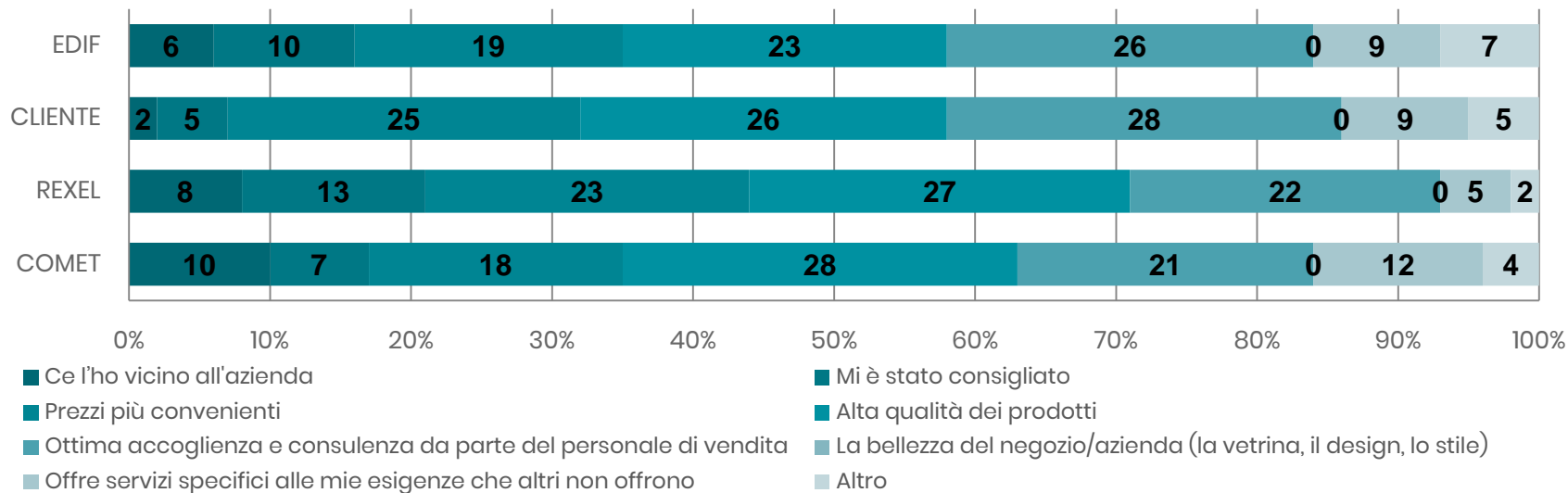
Le ragioni di chi si esprime in questo modo, sono legate soprattutto a:

1. capacità di sostituire un prodotto con analogo migliore o più economico
2. rapidità nel procurare prodotti assenti al momento della richiesta
3. proposizione di soluzioni nuove o migliori
4. ascolto delle esigenze.

**Efficienza** e **consulenza** sul prodotto sono gli elementi di fidelizzazione. Quindi preparazione e atteggiamento del personale e dell'azienda fornitrice.



## Incrocio tra motivo di scelta del fornitore e «Nome del Fornitore»



La distribuzione degli elementi di importanza appare analoga per tutti i fornitori evidenziati dai rispondenti. Questo conferma come l'aspetto di **«consulenza»** sia da privilegiare nelle strategie di fidelizzazione e di scelta del fornitore.