



VALUE SUPPLY

BRIX
smart research



La ricerca

- Tipologia committente: STUDIO DI CONSULENZA E SVILUPPO COMMERCIALE
- Tipologia azienda oggetto di indagine: GROSSISTA DI PRODOTTI PER L'AGRICOLTURA
- Brix utilizzati: VALUE SUPPLY

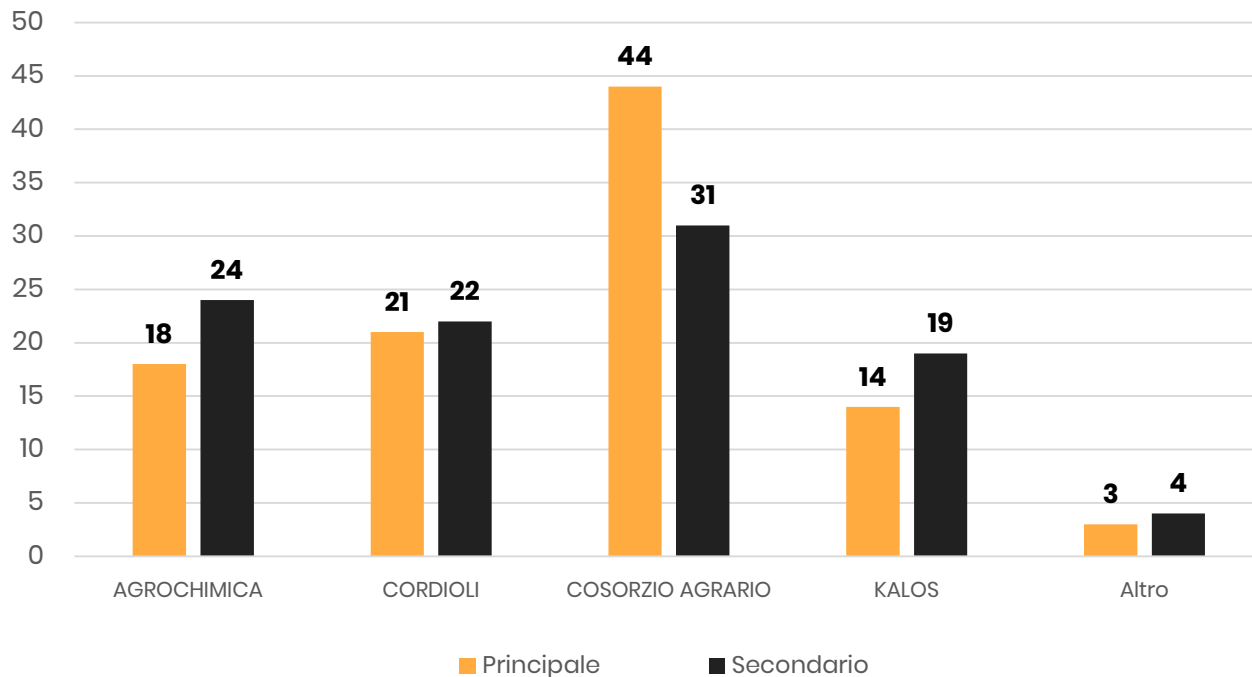
Periodo di rilevazione: dal 06/03/2017 al 07/03/2017

Numero di interviste: 100

Metodologia: CATI – INTERVISTE TELEFONICHE

Area di intervento: PROVINCIA DI UDINE (escluso l'area Comunale di Udine)

Per i suoi acquisti in materia di «Fitofarmaci» a quali fornitori si rivolge solitamente? Potrebbe dirmi quello di riferimento, il più importante, e quello immediatamente successivo per importanza?



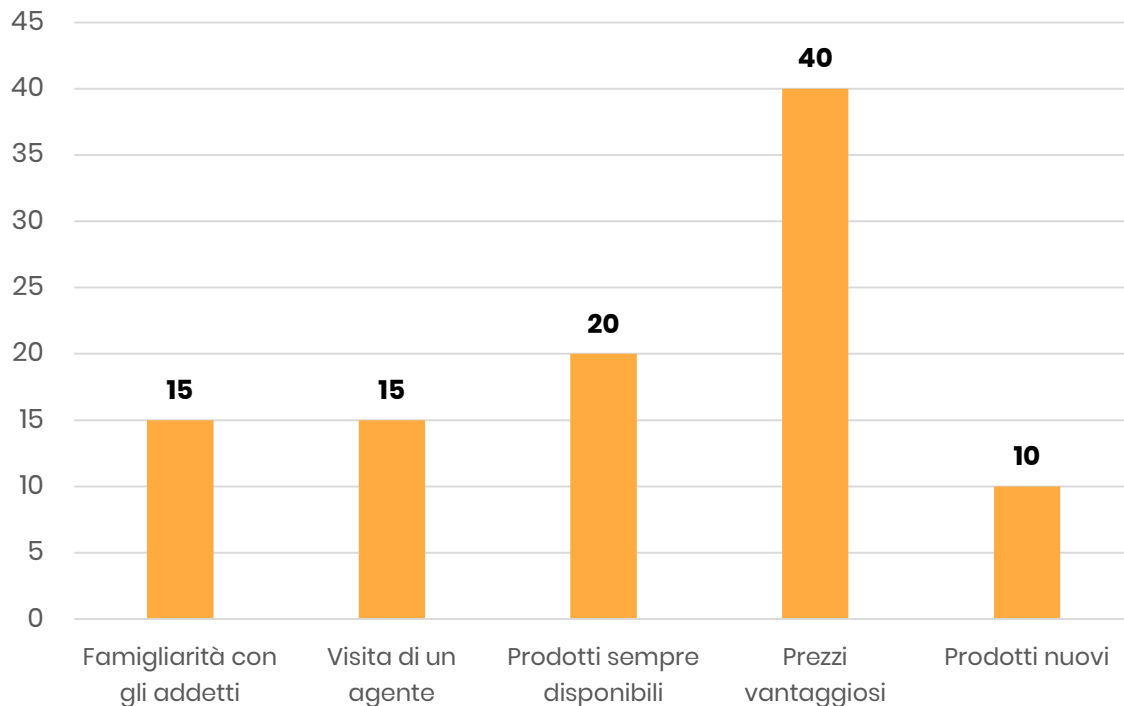
Il Consorzio Agrario è scelto in maniera maggioritaria, sia come fornitore di riferimento, sia come fornitore secondario.

Nessuno dei rispondenti ha affermato di non avere fornitori di riferimento.

Non ha fornitori di riferimento: 0



Potrebbe dirmi perché definisce il fornitore «Nome Azienda» di riferimento, o primo per importanza?

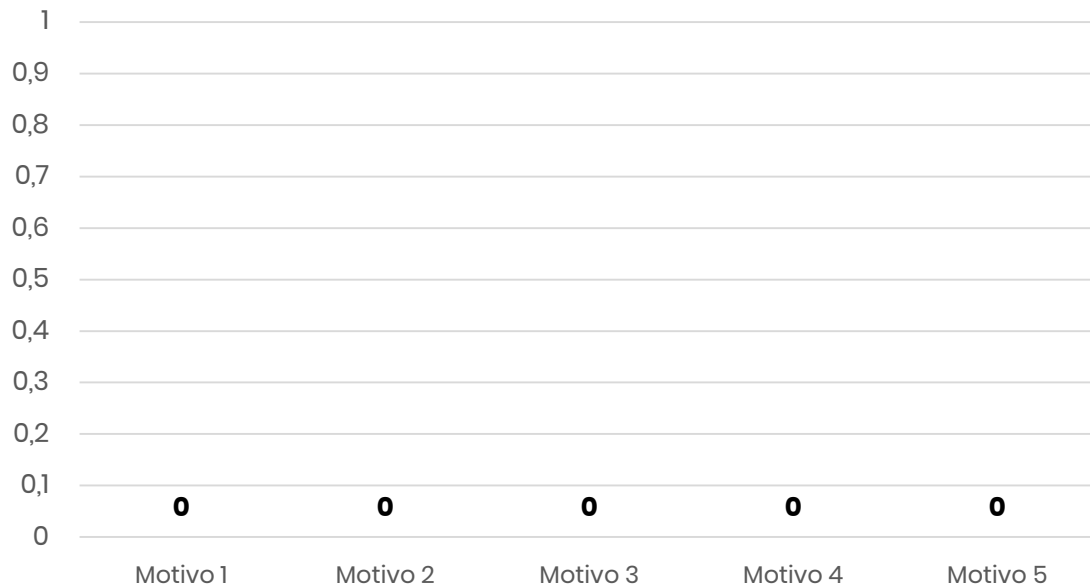


Il **prezzo**, in un mercato a bassa marginalità, fa la differenza, così come la **disponibilità del prodotto**.

Anche l'importanza del contatto umano e l'importanza della consulenza raggiungono un punteggio considerevole.



Potrebbe dirmi perché non ha fornitori di riferimento?



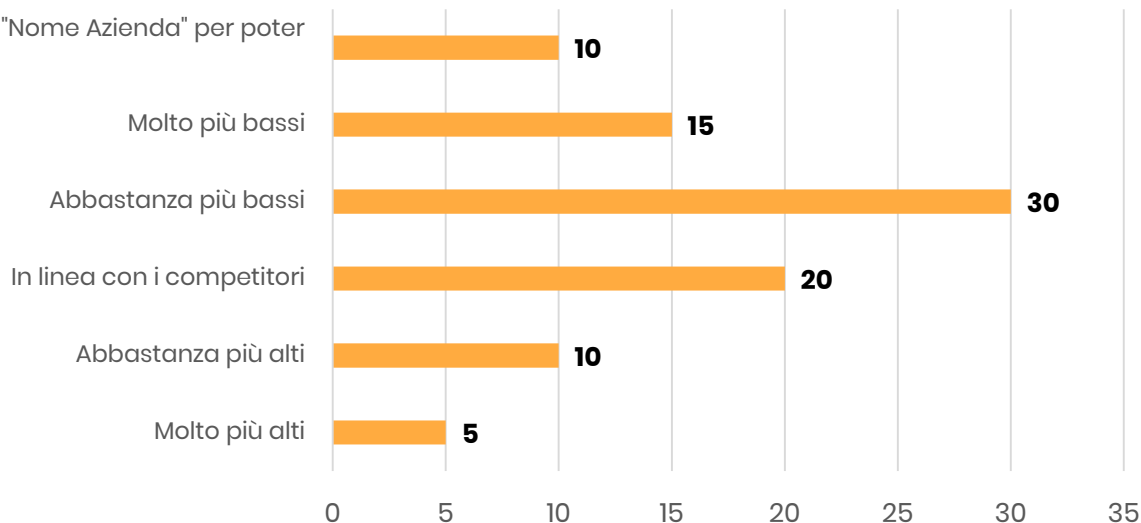
Nessun intervistato ha affermato di essere privo di fornitore di riferimento, quindi nessuna azienda a risposto alla presente domanda.

Il mercato appare fortemente presidiato.

Faccia mente locale su «Nome Azienda» come fornitore di prodotti per l'Agricoltura. Potrebbe dirmi come ritiene che siano posizionati i prezzi dei Fitofarmaci rispetto al mercato?

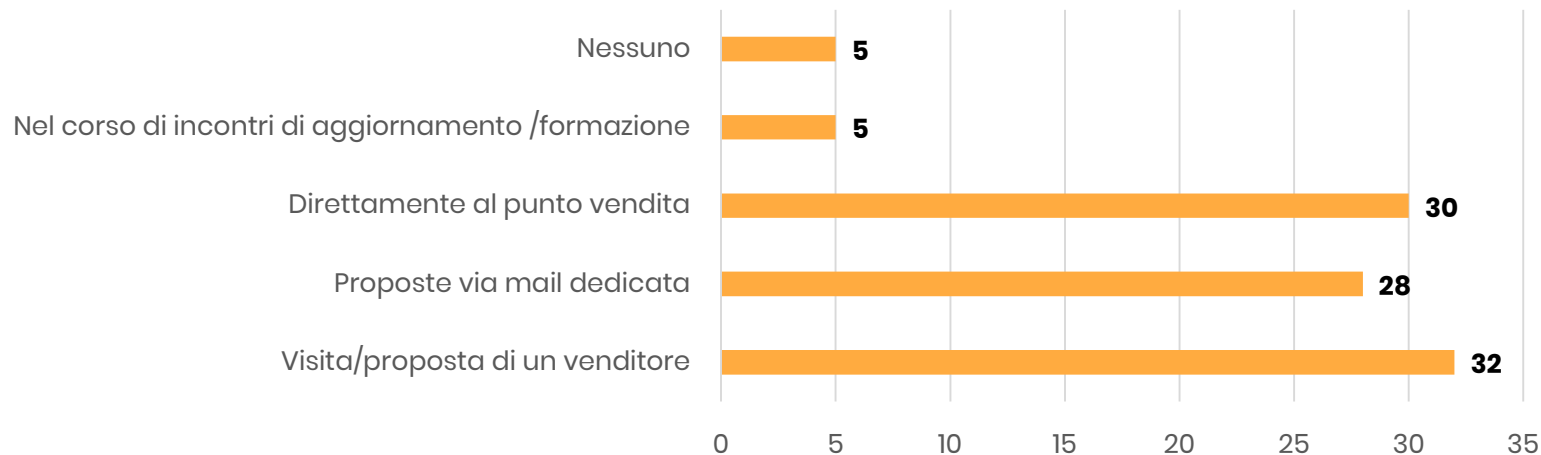


Non conosco abbastanza "Nome Azienda" per poter esprimere un giudizio



Il cliente, per quanto riguarda il posizionamento del prezzo si colloca abbastanza in linea con quello dei competitori, con una buona percezione di posizionamento verso il basso. Il prezzo sembrerebbe non essere una leva interessante in quanto già percepito come **competitivo**.

Le citerò alcuni canali di commercializzazione dei prodotti di «Nome Azienda». Potrebbe dirmi le è più gradito?



La quasi totalità del campione si dichiara favorevole a **proposte dirette**, sia fatte da un venditore su visita, sia attraverso una e-mail dedicata. Un 30%, invece, preferisce recarsi di persona al punto vendita/distribuzione per gli acquisti.

Se dovesse definire un'azione / offerta / servizio che potrebbe farla decidere di cambiare il fornitore di Fitofarmaci di riferimento, quale indicherebbe?



1. Avere un agente di fiducia, di riferimento, sempre lo stesso
2. Concordare visite stagionali del venditore
3. La proposizione di offerte calibrate
4. Conoscenza personale tra la rete vendita e il produttore