



UNA METODOLOGIA QUALITATIVA UTILE PER RISPONDERE A BISOGNI AZIENDALI DI TIPO STRATEGICO, CREATIVO O IDEATIVO.

QUANDO

Interactive è particolarmente utile quando alla base della ricerca c'è per l'azienda la necessità di guardare al futuro in termini di sviluppo o anche solo di consolidamento della propria relazione con il mercato di riferimento. Si applica quindi nell'ambito delle attività di marketing aziendale quando c'è

- > una nuova **area** da esplorare
- > un **bisogno** da identificare
- > un **concetto** da costruire
- > un **posizionamento** da individuare o da rivedere.

COME

Una giornata di lavoro ("workshop") creativo e proiettivo mediante la realizzazione in parallelo di due sessioni di gruppo, entrambe caratterizzate dalla compresenza delle componenti

- > "**offerta**" (esponenti dell'azienda committente)
- > "**consumo**" (rappresentanti del target di riferimento)

Quando opportuno, le due sessioni includono la partecipazione di figure specifiche (es. "esperti di settore", "opinion leader") per completare i contributi alla giornata attraverso lo sguardo e la competenza di "addetti ai lavori".

PERCHE'

Coinvolgendo simultaneamente tutti gli "attori" del sistema per il raggiungimento di un obiettivo comune, Interactive consente - attraverso i continui momenti di scambio e confronto tra i due gruppi - di mediare e mettere in relazione fra loro i diversi punti di vista (azienda e consumatore) nell'ottica della costruzione di un risultato soddisfacente e coerente con le attese di entrambi ma soprattutto **immediatamente operativo per l'azienda**.

