Doxa

Documento completo relativo al sondaggio[1]

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

1.TITOLO DEL SONDAGGIO

Il ruolo del digital nelle strategie di marketing delle PMI italiane (Ristorazione - Beauty / Wellness / Healthcare -Travel)

2. SOGGETTO CHE HA REALIZZATO IL SONDAGGIO

Doxa SPA

3. SOGGETTO COMMITTENTE

Groupon (Italia)

4. SOGGETTO ACQUIRENTE

Groupon (Italia)

5. DATA O PERIODO IN CUI È STATO REALIZZATO IL SONDAGGIO

Le interviste sono state realizzate nel periodo 16 Gennaio – 2 Febbraio 2017

[1] Tutti i campi sono obbligatori.

Doxa

6. MEZZO/MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA SUL/SUI QUALE/QUALI È PUBBLICATO O DIFFUSO IL SONDAGGIO[2] (*pubblicato sul quotidiano/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)*

Principali mass media (on line e off line): MF, Avvenire

7. DATA DI PUBBLICAZIONE O DIFFUSIONE

1 Marzo 2017

8. TEMI/FENOMENI OGGETTO DEL SONDAGGIO *(economia, società, attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.*)

E' stata effettuata un'indagine campionaria volta principalmente a individuare la percezione e l'impatto del digital sulle strategie di marketing delle PMI italiane operanti nei settori Ristorazione - Beauty / Wellness / Healthcare -Travel, sia Aziende Partners di Groupon che non (campione di controllo).

9. POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

L'universo di riferimento è costituito da PMI italiane, operanti nei settori Ristorazione - Beauty / Wellness / Healthcare -Travel, sia Aziende Partners di Groupon che non

10. ESTENSIONE TERRITORIALE DEL SONDAGGIO[3]

Sono stati utilizzati due campioni nazionali per estensione territoriale, così composti:

- Campione PMI Groupon Partner: 450 attività Partners di Groupon, operanti nei settori Ristorazione - Beauty / Wellness / Healthcare -Travel

- Campione PMI Non Groupon Partner: 450 attività, operanti nei settori Ristorazione - Beauty / Wellness / Healthcare -Travel, Partners di Groupon

[2] Fatti salvi i casi di esclusione di cui all'articolo 2 comma 3 del Regolamento.
[3] Nel definire l'estensione territoriale del sondaggio è possibile scegliere tra due opzioni, la prima con l'elenco dei comuni oggetto della rilevazione, la seconda con il numero dei comuni suddiviso per area geografica.

Doxa

10.1.COMUNI DI RILEVAZIONE [4]

Opzione a). Elenco dei Comuni

PARTNER GROUPON:

ABANO TERME
ACCONIA
ACERRA
ACI CASTELLO
ACQUAPENDENTE
AGGIUS
AGRATE BRIANZA
AGRIGENTO
ALBEROBELLO (BA)
ALBESE CON CASSANO
ALESSANDRIA
ALTIDONA
AMELIA
ANCONA
ANDALO
ANGERA
ANVERSA DEGLI ABRUZZI
ANZIO
ARBOREA
ARGELATO
ARIANO IRPINO
ARZACHENA
ASIAGO
ATENA LUCANA
AVERSA
BACOLI
BADIA SOUTH TYROL
BARBERINO VAL D'ELSA
BARI
BARRAFRANCA
BENEVENTO
BERGAMO
BESOZZO
BIENTINA
BOFFALORA SOPRA TICINO
BOLOGNA
BORCA DI CADORE
BORGO A MOZZANO
BORGO SAN LORENZO
BRACCIANO
BRANCA
BRESCIA
BRINDISI
BRISIGHELLA

[4] Inserire, nella casella di testo, l'elenco dei comuni in formato tabella.

Doxa

Opzione b). Numero di comuni[5]

Comuni	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
fino a 5mila abitanti					
più di 5mila abitanti					
fino a 10mila abitanti					
tra 10mila e 100mila abitanti					
più di 100mila abitanti					
Totale					676

11. METODO DI CAMPIONAMENTO *(inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico, del panel e l'eventuale ponderazione)*

Le aziende/attività commerciali da contattare sono state estratte in modo casuale:

- da database Telextra nel caso delle PMI Non Groupon Partner
- da un database fornito da GROUPON nel caso delle PMI Partner

In ciascuna Azienda è stato intervistato il proprietario / titolare dell'attività e/o il Direttore Marketing / la persona più informata sulle attività di marketing e promozione.

12. RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE INCLUSA L'INDICAZIONE DEL MARGINE DI ERRORE

In ciascuno dei due campioni utilizzati (450 casi), per una risposta data dal 50% degli intervistati, si calcola un margine di errore del + 3,1%, al livello di confidenza del 95%.

13. METODO DI RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

La rilevazione è stata effettuata col sistema C.A.T.I. (Computer Telephone Assisted Interviews).

[5] La suddivisione geografica delle Regioni segue la ripartizione dell' Istat:

- Nord Ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria
- Nord Est: Bolzano-Bozen, Trento, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna
- Centro: Toscana, Umbria, Marche, Lazio
- Sud e Isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna

Doxa

14. CONSISTENZA NUMERICA DEL CAMPIONE DI INTERVISTATI, NUMERO DEI NON RISPONDENTI E DELLE SOSTITUZIONI EFFETTUATE;

Non reperibili	cifra ……..	% ……
Rifiuti	cifra ……..	% ……
Sostituzioni	cifra ……	% .....
Totale interviste effettuate	cifra ……900	% ……

15. TESTO INTEGRALE DI TUTTE LE DOMANDE [6]

(*Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda)*

Base campionaria: 900 - % "non risponde" = 0,0

La Vostra azienda/attività ha un proprio sito internet?
a) Sì
b) No

PARLIAMO DEL VOSTRO SITO…

Base campionaria: 283 / 419 - % "non risponde" = 4,2 / 3,3

C. Il Vostro sito internet aziendale è ottimizzato per visione da dispositivo mobile (smartphone/tablet)?
a) Sì (Sito visualizzabile SIA da computer CHE da smartphone/tablet)
b) No (Sito visualizzabile SOLO tramite computer)
c) (Non saprei)
Base campionaria: 283 / 419 - % "non risponde" = 9,9 / 9,8

D. E mi sa dire se è stata mai verificata la posizione del Vostro sito internet aziendale nelle pagine Google (nel ranking di visualizzazione dei risultati delle ricerche)?
a) Sì
b) No
c) (Non saprei)

Base campionaria: 283 / 419 - % "non risponde" = 2,8 / 4,1

F. E con quale frequenza viene aggiornato (da Voi e/o da altri) il Vostro sito internet aziendale?
a) Tutte le settimane
b) 1 volta al mese
c) 2/6 volte all'anno
d) 1 volta all'anno
e) Più raramente
f) Mai / quasi mai
g) (Non saprei)

Base campionaria: 283 / 419 - % "non risponde" = 0,0 / 0,0

I. Sul Vostro sito internet aziendale è possibile … ? (leggere e registrare tutte le risposte affermative)
a) Prenotare i Vostri servizi
b) Registrarsi ed avere un proprio account
c) Lasciare un commento sui Vostri servizi
d) Trovare il collegamento per seguirvi sui Social Network (Facebook, Instagram, ecc…)
e) Fare domande/ricevere informazioni sui Vostri servizi
f) (Nessuna di queste)

Base campionaria: 900 - % "non risponde" = 4,2 / 6,0

Contenuto bloccato, non è possibile apportare modifiche al documento.

[6] Inserire, nella casella di testo, l'elenco di tutte le domande.