# Divisione fasce d’età

Giovani adulti: 25-34 (1997 / 1988)

Adulti: 35-54 (1987 / 1968)

Tardo adulti fino ad Anziani: 55+ (1967 e prima)

# Questionario Italiani e survey

47 risposte in totale (ita). 23 risposte (eng)

## Risposte TARDO ADULTI

In questa fascia d’età solo 4 persone su 15 hanno risposto che effettuano acquisti online. Sulla frequenza alcuni partecipanti si ricredono e anche se selezionato “No” precedentemente, selezionano frequenza “3”. Nella domanda successiva, infatti, ben la metà delle persone risponde citando i siti da cui acquista di più. In generale il sito da cui acquistano maggiormente risulta essere Amazon.

4 persone su 15 dichiarano di sapere cos’è il CBD e di queste 4 solamente 1 vorrebbe saperne di più. Tra quelli che hanno risposto “No”, emerge che 5 su 12 vogliono approfondire l’argomento. Tutti hanno risposto che usano prodotti a base di CBD con frequenza “1”, ossia “Mai”.

Per quanto riguarda le necessità dei partecipanti

* la maggior parte ha selezionato “rilassamento” (7/15)
* 4 persone “sonno”
* le 3 selezioni su “nessuna delle precedenti”

Più della metà dei partecipanti non ha mai visto i prodotti nella foto; un significante 10 “Sì” alla domanda “Crede che i prodotti naturali a scopo terapeutico siano validi?”, un “a volte non sempre”.

Nessuno conosce il marchio Vaay.

Quasi nessuno interessato allo shopping personalizzato: 3 su 15 ha risposto “sì”. Di questi, 1 pensa che lo shopping personalizzato possa aiutare moltissimo, gli altri 2 hanno selezionato “3” e “4” come valori. In generale, quelli che hanno selezionato “no” alla precedente domanda paiono convinti che lo shopping personalizzato non possa aiutare (7 risposte su “1 – per niente”, 2 su “2”, 2 su “3” e 1 su “4”).

Nessuno si iscriverebbe alla box.

In questa fascia d’età hanno risposto 5 pensionati. Piu anziano Donna del 1949, 1 del 1952 e 2 del 1953

## Risposte ADULTI

Qui da notare una sensibile differenza rispetto alle prime risposte della fascia TARDO ADULTI: la maggior parte delle persone dichiara di acquistare online (15 su 23). Inoltre, tra quelli che rispondono “No”, 2 persone hanno selezionato frequenza “2” e hanno risposto anche a “Siti da cui lei acquista di più” citando “Amazon”. In generale il sito più citato è sempre Amazon.

In questo caso la maggior parte dice di conoscere il CBD (14 su 23 dicono di “Sì”) e, tra questi, 5 su 14 vorrebbe saperne di più. Nel caso di coloro che **non** lo conoscono, 4 persone su 9 vorrebbero approfondire. Tra quelli che conoscono il CBD, 4 persone dichiarano di acquistare rispettivamente presso “Negozio al dettaglio” (2 persone), “Negozio online” e distributore automatico. Tra quelli che hanno risposto che non conoscono il CBD, due persone rispondono che li comprano però, (“negozio al dettaglio” e “negozio online, farmacia”). Come mai avevano risposto di no?

Per quanto riguarda le necessità, in ordine:

* Rilassamento, 10 selezioni
* Recupero e rigenerazione, 8 selezioni
* Nessuna delle precedenti, 8 selezioni
* Sonno, 6 selezioni

**Tre** persone hanno selezionato tutte e tre le opzioni.

Tra i partecipanti, 6 persone su 23 avevano già visto i prodotti in foto, non molte. Riguardo al provare uno o più prodotti in foto: solamente 8 persone su 23 e tra questi sono presenti 3 partecipanti nati nel 1969, 1 nel 1972 e 4 dopo il 1980.

Da notare che la maggioranza risponde che **crede n**ella validità dei prodotti naturali a scopo terapeutico (21 persone), i restanti dicono che dipende.

Nessuno conosce Vaay.

Lo shopping personalizzato non interessa quasi nessuno, solo 6 persone rispondono “Sì”. In generale però i partecipanti credono che potrebbe essere più o meno utile:

* “3”, 7 persone
* “2”, 5 persone
* “5” Moltissimo, 4 persone
* “4”, 4 persone
* “1”, per niente [utile], 3 persone

Anche in questa fascia d’età c’è scarso interesse nella box con 2 utenti che rispondono di sì.

I partecipanti sono:

* 4 anni 60
* 10 anni 70
* 9 anni 80

## Risposte GIOVANI

Abbiamo ottenuto 9 risposte da persone della fascia giovani 25-34 (nati tra il 1997 e il 1988). Le risposte di tre soggetti nati nel 1999 non sono state incluse nello studio perché fuori dalla fascia d’età presa in considerazione.

Si rivela una certa omogeneità per quanto riguarda gli acquisti online: tutti hanno selezionato frequenza 3 oppure 2 e dichiarano di acquistare prevalentemente da Amazon, Ebay al secondo posto.

Tutti i partecipanti hanno confermato di conoscere il CBD e 7/9 vorrebbero saperne di più. Riguardo a quanto spesso usano prodotti a base di CBD, la maggioranza è sulla bassa frequenza, (tre selezionano “mai”; quattro su frequenza “2” e solamente 1 persona su frequenza “4”). L’acquisto viene fatto in 4 casi in negozio al dettaglio e in 3 casi al distributore automatico.

Per quanto concerne le necessità invece, le più citate sono

* Rilassamento, 7 persone
* Recupero e rigenerazione, 4 persone
* Sonno, 2 persone

I prodotti sono stati riconosciuti da 7 giovani su 9. E sempre 7/9 sarebbero curiosi di provarli, non c’è diretta correlazione con le risposte precedenti però.

Sui prodotti naturali a scopo terapeutico la maggior parte dice che sono validi, due persone rispondono con “dipende” e una persona dice di no.

Nessuno conosce VAAY.

5/9 sono interessati allo shopping guidato e di questi

* 1 lo ritiene utilissimo “5”
* 2 hanno selezionato “4”
* 1 ha messo 3
* 1 su 2

Un partecipante che non lo ritiene utile invece ha ammesso che sarebbe piuttosto utile (“4”).

4 persone su 9 si abbonerebbero al servizio.

In questa fascia d’età ci sono:

* 1 del 1988
* 2 del 1995
* 1 del 1996
* 5 del 1997

Emergono anche tra i dati sull’occupazione tre studenti e un disoccupato, forse persone che non potrebbero permettersi gli eventuali servizi di VAAY.

contro da notare una sensibile differenza rispetto alle prime risposte della fascia TARDO ADULTI: la maggior parte delle persone dichiara di acquistare online (15 su 23). Inoltre, tra quelli che rispondono “No”, 2 persone hanno selezionato frequenza “2” e hanno risposto anche a “Siti da cui lei acquista di più” citando “Amazon”. In generale il sito più citato è sempre Amazon.

In questo caso la maggior parte dice di conoscere il CBD (14 su 23 dicono di “Sì”) e, tra questi, 5 su 14 vorrebbe saperne di più. Nel caso di coloro che **non** lo conoscono, 4 persone su 9 vorrebbero approfondire. Tra quelli che conoscono il CBD, 4 persone dichiarano di acquistare rispettivamente presso “Negozio al dettaglio” (2 persone), “Negozio online” e distributore automatico. Tra quelli che hanno risposto che non conoscono il CBD, due persone rispondono che li comprano però, (“negozio al dettaglio” e “negozio online, farmacia”). Come mai avevano risposto di no?

Per quanto riguarda le necessità, in ordine:

* Rilassamento, 10 selezioni
* Recupero e rigenerazione, 8 selezioni
* Nessuna delle precedenti, 8 selezioni
* Sonno, 6 selezioni

**Tre** persone hanno selezionato tutte e tre le opzioni.

Tra i partecipanti, 6 persone su 22 avevano già visto i prodotti in foto, non molte. Riguardo al provare uno o più prodotti in foto: solamente 8 persone su 22 e tra questi sono presenti 3 partecipanti nati nel 1969, 1 nel 1972 e 4 dopo il 1980.

Da notare che la maggioranza risponde che crede nella validità dei prodotti naturali a scopo terapeutico (21 persone), i restanti dicono che dipende.

Nessuno conosce Vaay.

Lo shopping personalizzato non interessa quasi nessuno, solo 6 persone rispondono “Sì”. In generale però i partecipanti credono che potrebbe essere più o meno utile:

* “3”, 7 persone
* “2”, 5 persone
* “5” Moltissimo, 4 persone
* “4”, 4 persone
* “1”, per niente [utile], 3 persone

Anche in questa fascia d’età c’è scarso interesse nella box con due utenti che rispondono di sì.

I partecipanti sono:

* 4 anni 60
* 10 anni 70
* 9 anni 80

INTERVISTE GASPAR NADIUCY

1. Sai cos’è lo shopping online personalizzato? (Se la risposta è NO, l’intervistatore spiega: lo shopping personalizzato supporta l’esperienza di acquisto del consumatore, guidando l’utente nella selezione della migliore formala o prodotti in base ai propri bisogni. Aiuta con contenuti, servizi e prodotti rilevanti, in base a come si comporta il consumatore*. Ad esempio, un quiz online che ti chiede alcune cose sulle tue abitudini e se selezioni che una cosa non ti interessa passa alla sezione successiva senza indagare oltre, rendendo il quiz per te più piacevole, veloce, ma soprattutto mirato: le risposte infatti andranno a creare il tuo personale profilo e ti indirizzeranno verso prodotti più adatti a te.*)

* Quello che ti ho fatto shampora

1. Lo hai mai provato / lo proveresti?

Papi Boh,

Mamma si, piuttosto che prendere a caso

1. Pensi che potrebbe aiutarti a capire meglio le proprietà dei prodotti e il loro uso corretto?

Ma certo - entrambi

1. Sai che cos’è un servizio di abbonamento online? (Se la risposta è NO l’intervistatore spiega: è un tipo di servizio che offrono alcuni negozi online in cui il consumatore paga una sottoscrizione ogni tot tempo (ogni settimana, ogni mese, ogni due mesi, …) per ricevere **direttamente a casa** una serie di prodotti tramite un acquisto periodico o un abbonamento*. Ad esempio, si va dai prodotti cosmetici ai prodotti per cani, dagli slip ai vestiti, dalle scarpe ai fiori, fino agli attuali servizi di streaming*.)

Abbonam. papi -> sottoscrivi e ti mandano notizie e pubblicità

Mamma non sicura

1. Lo hai mai provato / lo proveresti?

No, papi non lo proverebbe. Una rottura

Non sa mamma è roba impegnativa, perché un domani magari ti salta fuori un’offerta ormai son li non posso cambiare

1. Pensi che un servizio del genere ti semplificherebbe lo shopping?

Mamma per me si, perche la gente è sempre di piu online e sono tanti abitudiné

Papi: dubbioso

1. Pensi che un abbonamento ti farebbe risparmiare tempo? *(Per fare un esempio, fare la fila in farmacia per comprare prodotto piuttosto che farselo arrivare a casa comodamente 1 volta al mese grazie all’abbonamento]*

Mamma gente sempre piu di corsa – correre sempre meno

papi sisi puo risparmiare tempo