**Ricerca di mercato: Apertura Bike Shop per bambini**

**Analisi di Mercato**

**Caratteristiche degli Acquirenti di Bici basato su un campione di 1000 persone.**

**1. Demografia:**

Età Media: La base di clienti ha un'età media di 44 anni, suggerendo un target di consumatori più maturo e probabilmente con un maggiore potere d'acquisto.

**2. Possesso di Bici:**

Su 1000 persone, 342 hanno comprato una bici e hanno almeno un figlio, mentre 658 persone che hanno comprato una bici non hanno figli.

Ciò indica una varietà di motivazioni nell'acquisto di una bicicletta.

**3. Distribuzione Geografica:**

Europa: 99 persone in Europa che possiedono una bici non hanno figli, mentre 379 persone con bici hanno almeno un figlio. Questa discrepanza suggerisce che in Europa, chi ha figli è più incline ad acquistare una bici rispetto a chi non ha figli.

Nord America: 115 persone senza figli possiedono una bici, mentre 393 persone con figli possiedono una bici. Anche qui, la presenza di figli sembra essere correlata all'acquisto di una bici.

Oceania: 64 persone senza figli possiedono una bici, mentre 128 persone con figli possiedono una bici. Simile a Europa e Nord America, la presenza di figli sembra influenzare la scelta di acquistare una bici.

**4. Motivazioni di Acquisto:**

Europa: La ragione per cui in Europa chi ha figli è più propenso a comprare una bici potrebbe essere legata a fattori come la sostenibilità, il benessere e l'uso della bicicletta come mezzo di trasporto familiare.

**5. Possesso Concomitante di Auto e Bici:**

***Senza Figli:***

98 persone senza figli possiedono sia un'auto che una bici.

17 di queste persone non possiedono un'auto ma hanno una bici.

***Con Figli:***

83 persone con figli non hanno un'auto ma possiedono una bici.

310 persone con figli possiedono sia un'auto che una bici.

La combinazione di auto e bici è comune, indipendentemente dalla presenza di figli, suggerendo che le persone possono vedere la bici come un complemento all'auto.

La motivazione per la scelta di una bici piuttosto che di un'auto potrebbe variare, ma può essere influenzata da considerazioni ambientali, salute e benessere.

Questi dati forniscono una panoramica utile per la comprensione del comportamento degli acquirenti di bici, consentendo strategie di marketing più mirate e la creazione di prodotti adatti alle esigenze di questo specifico gruppo demografico.

**Dove sarebbe ideale aprire una sede fisica per la vendita di bici per bambini?**

Dall'analisi precedente, emerge che la presenza di figli è un fattore significativo nell'acquisto di biciclette. Considerando questi aspetti, si può prendere in considerazione l'apertura di un negozio fisico in Europa o Nord America.

Figure professionali necessarie per il progetto.

* Insider che “sondino” il territorio per capire quali sono le città migliori dove aprire gli store
* Analisti per ulteriori approfondimenti sul territorio di riferimento per trovare punti di riferimento (Scuole, Piste ciclabili ecc…)
* Addetti al branding