Analisi dei risultati

Abbiamo ottenuto 133 risposte valide (sulle 162 totali), garantite univoche dal fatto di aver richiesto l’accesso con account Google personale vietando così risposte multiple.

Di seguito, ogni domanda è analizzata in un singolo paragrafo.

Dalle risposte date, abbiamo notato come la maggior parte degli **utenti** usa abitualmente i distributori automatici in ambiente scolastico o universitario. Tuttavia, non è ritenuto rilevante ai fini statistici poiché la platea degli intervistati era orientata in quell’ambito.

Nonostante ciò, è da considerare che il 18% usa i distributori sul luogo di lavoro e il 14% in altri luoghi pubblici. Si ricorda che un utente poteva scegliere più luoghi d’uso.

Gli intervistati sono in gran parte frequenti **utilizzatori** (56,4% entro gli ultimi 3 giorni) e solamente 1 intervistato su 4 è un utilizzatore sporadico.

Deduciamo che i need che verranno di seguito individuati sono rilevanti per utenti abituali.

Solitamente vengono **acquistati**, in circa egual misura, sia bevande che snack vari. Non è ritenuto necessario focalizzarsi in aspetti riguardanti acquisti più complessi come interi pranzi o cene, come alcuni distributori invece permettono.

Riguardo alla **ricerca di distributori** in luoghi non conosciuti, solo meno del 30% ha mai riscontrato tale necessità. Di questi, solo una piccola parte hanno questa necessità frequentemente.

Se considerato che gran parte dell’utenza (circa 60%, come visto all’inizio) sono utenti abituali, è normale non avere tale necessità perché già conosce la locazione di quelli che usa quasi sempre. Si ipotizza, considerando che circa il 30% le cerca almeno ogni tanto, sia una necessità più sentita di quello che si vedrebbe dal grafico senza le opportune riflessioni.

Contrario alle aspettative prefissate, più del 20% degli utenti ha risposto che preferirebbe **andare a distributori** con prodotti più buoni, salutari o economici, piuttosto che ad altri più vicini o con meno fila.

Questo, insieme alla domanda finale riguardo la scelta dei prodotti, ci porta a considerare come rilevante la necessità di avere più **informazioni sull’offerta** proposta dal distributore.

Inoltre, è bene notare che il 30% ha risposto che preferirebbe andare dove c’è meno fila, a discapito della distanza.

Netto è il risultato della domanda riguardante l’**arrivare a un distributore** senza dover aspettare troppo, con un circa 70% di pareri favorevoli o nettamente tali (voto 3 o 4 su 4).

Abbiamo rilevato che una notevole fetta degli utenti composta da più del 90%, ha evidenziato come siano frequenti guasti ai distributori.

Inoltre, di questo 90%, più della metà si sente frustrato dallo scoprire il malfunzionamento solo al momento di recarsi in loco.

Sicuramente sarà **indispensabile affrontare il problema dei guasti**, avallato dal più di 80% di utenti che vorrebbe assolutamente avere un modo per saperlo anticipatamente.

Nonostante le frustrazioni per i guasti, è evidente come meno del 10% effettivamente compie un’azione attiva come segnalare a chi di dovere.

Togliendo il 22% di persone **a cui non interessa segnalare**, resta un circa 70% di utenti da soddisfare con segnalazioni in altro modo (più del 40% neanche ne conosceva l’esistenza).

**Riguardo i pagamenti**, l’84% delle risposte indica che utilizza contanti abitualmente, denotando uno scarso uso di pagamenti elettronici come carte o app.

Escludendo il 50% che non ricorda neanche quando non ha avuto monete l’ultima volta, resta un bel 41% di persone che ha riscontrato **tale difficoltà di recente**.

Chi usa l’app, ha **notevoli problemi** con il collegamento e l’interazione totale con l’app. Tali fattori saranno da tenere assolutamente in considerazione per il nostro servizio.

Addirittura, 48 sono le persone che hanno usato almeno una volta l’app e hanno avuto problemi, contro le sole 35 che usano app come metodo abituale.

Per incentivare chi non l’ha mai usata, sarebbe da far fronte alle principali cause rilevate, ovvero scarsa conoscenza della sua esistenza (45%) e rallentamenti vari nella **modalità d’uso dell’app**.

Riguardo **i prodotti**, è maggioritaria la popolazione intervistata che non avrebbe miglioramento dal sapere disponibilità di un prodotto al distributore.

Tuttavia, una funzione simile si rende necessaria di riflesso per sapere le informazioni sui prodotti offerti. La differenza risiede nel fatto che **non è necessario saperlo prima**.

Solo una minoranza ha rivelato di **non trovare** ciò che vorrebbe acquistare, pertanto questo need è presente ma poco sentito.

Una fetta non trascurabile di utenti (quasi 40%) si è pentita dei prodotti che ha precedentemente acquistato. Questo **rafforza la necessità di intervenire** su questo ambito di informazioni sui prodotti.

Nello specifico, i fattori che invogliano l’acquisto, sono:

* opinioni altrui, poco sentito con maggior parte delle risposte negative;
* data di scadenza, originariamente inserita perchè in un’intervista era uscito un caso di aver trovato un prodotto scaduto in un distributore, è stato invece abbastanza sentito dalla clientela, che vorrebbe avere maggiori sicurezze in tal senso;
* ingredienti, ritenuti importanti per la maggioranza;
* informazioni nutrizionali, dove la differenza è minima.

Deduciamo che avere **maggiori informazioni sono necessarie** prima dell’acquisto per facilitare la scelta.

# 

# Need individuati

Elencati tutti, evidenziati i 4 principali task che verranno implementati.

* **Avere informazioni su un prodotto via app**
* **Segnalazione di guasti in modo veloce via app**
* **Sapere prima lo stato di funzionamento di un distributore prima di recarsi (da il resto, fuori servizio ecc..)**
* **Pagare con app usando la carta**
* Pagare senza avere monete con se, comprando con app
* Sapere disponibilità prodotti prima di arrivare (poco)
* Cercare distributori nelle vicinanze