



# Mobile Marketing & Service

*Il punto di vista del consumatore*

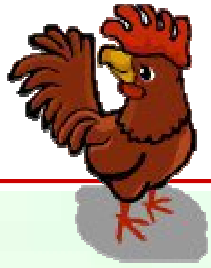
GUIDO ARGIERI - DOXA

26 gennaio 2012



# I Mobile Surfer: un altro punto di vista





## ALL CONSCIOUS: 24%

### «*quelli che aderiscono al mobile internet con consapevolezza ed entusiasmo*»

- ✓ il segmento che ha più **dimestichezza** con i device per connettersi da mobile: si tratta di utenti consapevoli e **self confident** per cui l'universo del mobile internet non è un mistero, ma qualcosa che si **destreggia con agilità** e di cui si ha **un'ampia conoscenza**
- ✓ il mood è quello **open mind** e **positivo** di chi **crede** nei nuovi device ed è **saldamente convinto** delle potenzialità che possono offrire: sulle perplessità prevale decisamente l'**ottimismo**
- ✓ con un atteggiamento **intraprendente** esplorano le possibilità offerte dalla virtualità via mobile, **lasciandosi tentare** dalle novità, tenendosi **aggiornati** su trends e progressi tecnologici
- ✓ il device è molto più (molto oltre) che razionale strumento di utilities: è un **alleato ormai ineludibile nel proprio quotidiano**, risponde a bisogni di organizzazione quanto di entertainment leggero o impegnato, senza escludere di essere «puro piacere» in ottica fun
- ✓ con l'**esperienza**, hanno maturato una sorta di **lucidità consapevole** rispetto allo strumento, rispetto al quale si pongono con un approccio di «**coinvolgimento controllato**»: l'**entusiasmo** risulta infatti bilanciato da una **razionale capacità** di auto controllarsi e darsi un limite, all'interno di un rapporto di **consapevole adesione**



## SOCIAL FUN: 34%

### «quelli che si tuffano nel mobile internet»

- ✓ predisposizione **positiva** rispetto al mondo del mobile internet
- ✓ il driver principale fortemente **ludico** : la ricerca del **fun** è il motore che li muove, in una logica che ha molto di passionale e poco di razionale
- ✓ un fun che si declina in **sete di divertimento**, ma anche **voglia di spensieratezza**, di **evasione** e di «**sospensione del pensiero**»
- ✓ l'atteggiamento è adrenalinico e poco stabile: l'attesa è di esser continuamente stupiti ed il desiderio è di non annoiarsi mai
- ✓ non c'è timore della rete, anzi la rete può essere palco scenico per **l'espressione del sé** e per la condivisione di emozioni con altri: **partecipativi e attivi**, sono infatti molto sensibili alle dinamiche **social** ed esprimono un forte il **bisogno di sharing** tra i pari



## BE CAREFUL: 23%

### «quelli che si muovono in modo cauto nel mobile internet»

- ✓ un segmento **poco coinvolto** e anche **poco incuriosito**: l'atteggiamento è di un generale **scetticismo** e **presa di distanza** rispetto ai device per connettersi da mobile
- ✓ alcuni fantasmi agiscono da **freno inibitorio**: si teme una possibile violazione della propria **privacy**, si ha paura di sentirsi **controllati**, si è preoccupati rispetto il possibile sviluppo di una **dipendenza** dal mezzo e quindi **perdita del self control**
- ✓ questi «**fantasmi**» inducono al prevalere di atteggiamenti **cauti**, spesso limitati alla sfera più funzionale (es. utilities): le potenzialità più evolute che può offrire il mezzo non generano interesse, ci si accontenta delle **funzioni basic**
- ✓ si tratta infatti del segmento più **distaccato**



## OUTSIDERS: 19%

### «quelli che sono ai margini dell'utilizzo del mobile»

- ✓ è il segmento che di fatto ancora non ha un'opinione precisa sul mobile internet, e **si tiene ancora fuori, quasi come se la scelta di aderire al mobile fosse ancora sospesa**
- ✓ non hanno ancora investito nel mobile, ma nemmeno lo hanno caricato di particolari criticità: emergono in maniera soft alcune delle paure che trattengono i *BE CAREFUL*, tuttavia mentre questi hanno scelto di distaccarsi, gli OUTSIDERS sembrano essere lontani per un **gap conoscitivo**: perché **ai margini dell'utilizzo**
- ✓ si tratta quindi di un segmento attualmente non coinvolto, ma che proprio per la sua attuale posizione «neutra» mostra spazi di potenziale apertura