

NEXTPLORA



Massimo Nicolini
Managing Director - Nextplora

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE

Acqua₂.0

Innovare l'acqua

Le community online di ricerca come approccio per l'insight e l'innovazione di una risorsa essenziale e ad alta complessità



Definizione operativa: le community di ricerca

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE



Lo scenario: Worst Case Scenario

La domanda di un cliente in preda ad una profonda crisi d'ansia e ... di idee:

- Innovare il più semplice dei prodotti, **L'ACQUA** ...
- ... con implicazioni di tipo politico, simbolico, produttivo, logistico, ecologico, igienico ...
- ... coprendo ambiti applicativi e filiere produttive anche completamente diverse tra loro.



La vera sfida: la permeabilità dell'acqua

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE



- Nessuno è veramente impermeabile all'acqua ...
- ... che pervade in profondità nella quotidianità di tutti noi.

- **LA SFIDA** dell'innovazione non può che partire da questa quotidianità, con l'obiettivo di migliorarla.
- Perché è **innovativo** tutto ciò che aiuta a rendere il mondo un posto migliore dove vivere.

E la ricerca?

2011

RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE



Un approccio di ricerca che sia in grado di generare innovazione e insight in modo **GROUNDLED E BOTTOM-UP**, garantendo una rilevanza naturale e sistemica dei risultati

Ma le persone hanno idee?



- Un approccio generativo, spontaneo e mediato dalla tecnologia
- Non raccoglie le informazioni dalle persone per poter creare ...
- ... ma mette le persone stesse nella condizione di poterlo fare in **autonomia**, raccontando e raccontandosi

STORY TELLING

La forza generativa della rete

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE



Dalla divergenza alla convergenza

Un percorso di community organizzato su 3 fasi

1 Story Telling

398 persone per 387
storie
1 settimana

Definizione dei
principali insight



2 Ideazione

100 persone per 154
thread, 1160 commenti
1 settimana

Generazione granulare
e auto-selezione delle
idee



3 Concettualizzazione

56 persone coinvolte
1 settimana

Sintesi e
implementazione delle
4 migliori idee

SETTIMANA 1

SETTIMANA 2

SETTIMANA 3

L'ambiente di lavoro

Blog Editoriale – Forum – Media Gallery – Mini Polls

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE

telligent

NEXTPLORA

Home » Archivio » Acqua20



Acqua20

Regolamento

Fase 1 - Lo StoryTelling



Trovate in questa sezione tutte le vostre storie. Usatele per ispirarvi!

Fase 2 - Ideazione (7 gg)



Diamo una forma all'ispirazione!
Mettiamoci al lavoro e proviamo insieme a concretizzare l'ispirazione formulando idee, concetti e stimoli con cui innovare l'acqua nella nostra vita.



Fase 3 - Selezione
Sono i dettagli che fanno la differenza!

In questa fase riprenderemo le idee più interessanti, le andremo ad arricchire e a votare per selezionare quelle di sicuro successo!

Clicca qui per iniziare



Storie

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE

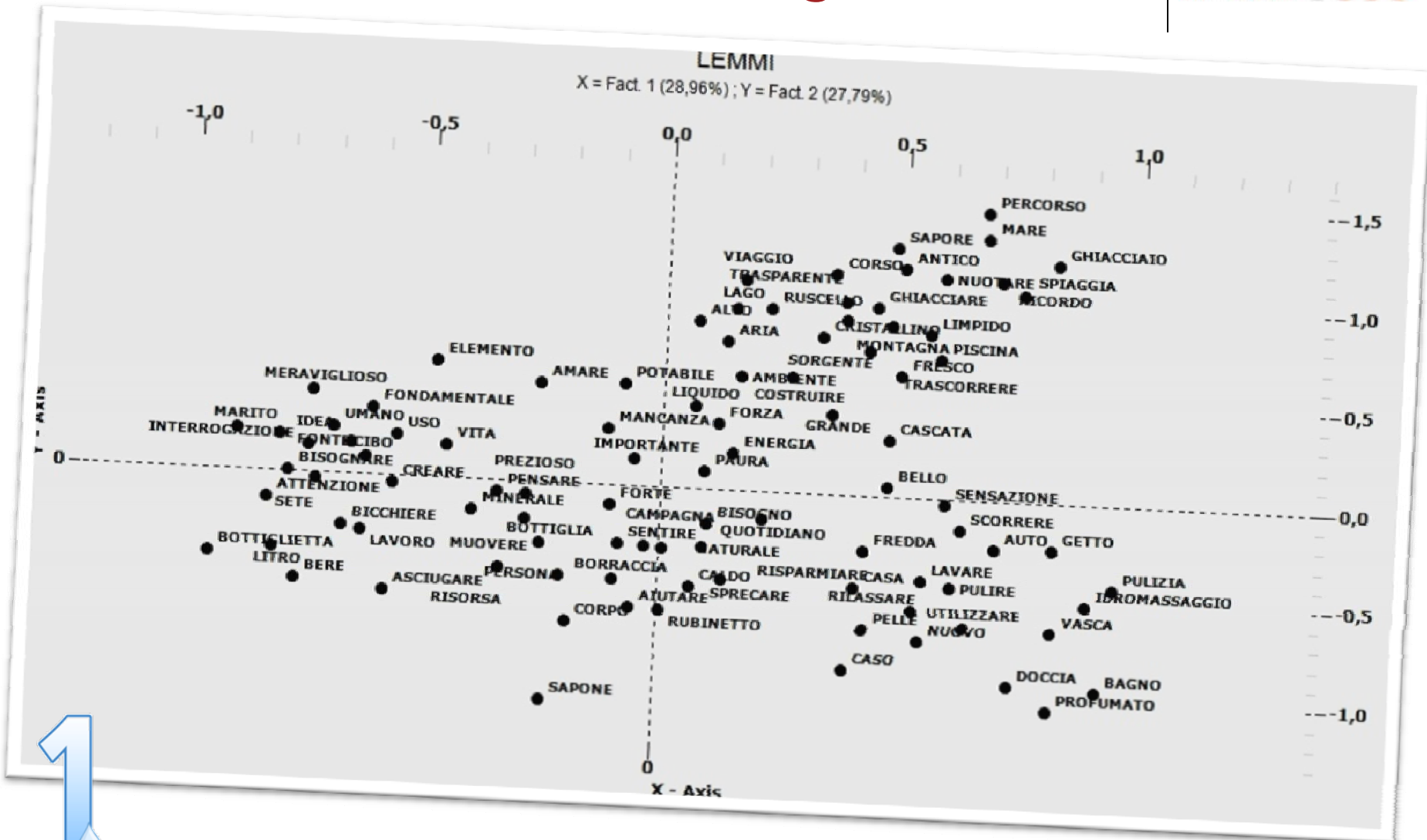


lo e mio marito, nel Luglio del 2007, allora novelli fidanzati, ci siamo recati in Umbria, sul lago Trasimeno. Con l'intenzione di visitare le isolette del lago, abbiamo preso il traghetto, desolato dato l'avvicinarsi dell'ora di pranzo. L'imbarcazione solcava sicura quelle acque, lungo un percorso da sempre conosciuto seppur invisibile. L'acqua del lago era di un verde brillante, illuminata da venature color argento, la cui sola vista bastava a non farci pensare al caldo estenuante di mezzogiorno. La calma di quei luoghi, cullata dal rumoreggiare delle lievi onde sulle rive del lago, ci colmava di pace e serenità. Tutto il paesaggio circostante si specchiava in quello specchio d'acqua amplificando la bellezza di quei luoghi. Vivere quell'attimo accanto ad una persona così speciale, che per ora non so se sarebbe diventato mio marito, è stato meraviglioso. Fu una tornare sulla terra ferma, essendo rimasti affascinati da come quella grande distesa d'acqua avesse reso così piacevole quella giornata, che ancor oggi è un vivido ricordo nei nostri cuori. [...]

~~387~~



Dalla ricerca dei significati ...



... al consumer insight

NATURA

LA MIA ACQUA

- Intima
- Vicina
- Spontanea
- Istintiva
- Consapevole

LA FORZA DELL'ACQUA

- Forza pura della natura
- Ammirazione
- Paura

MICRO

- Addomesticata per usi quotidiani
- Al servizio
- Da non sprecare, riciclare
- Funzionale

- L'acqua è patrimonio collettivo
- Asservita al bene comune
- Da preservare, conservare, proteggere

MACRO

L'ACQUA IN CASA

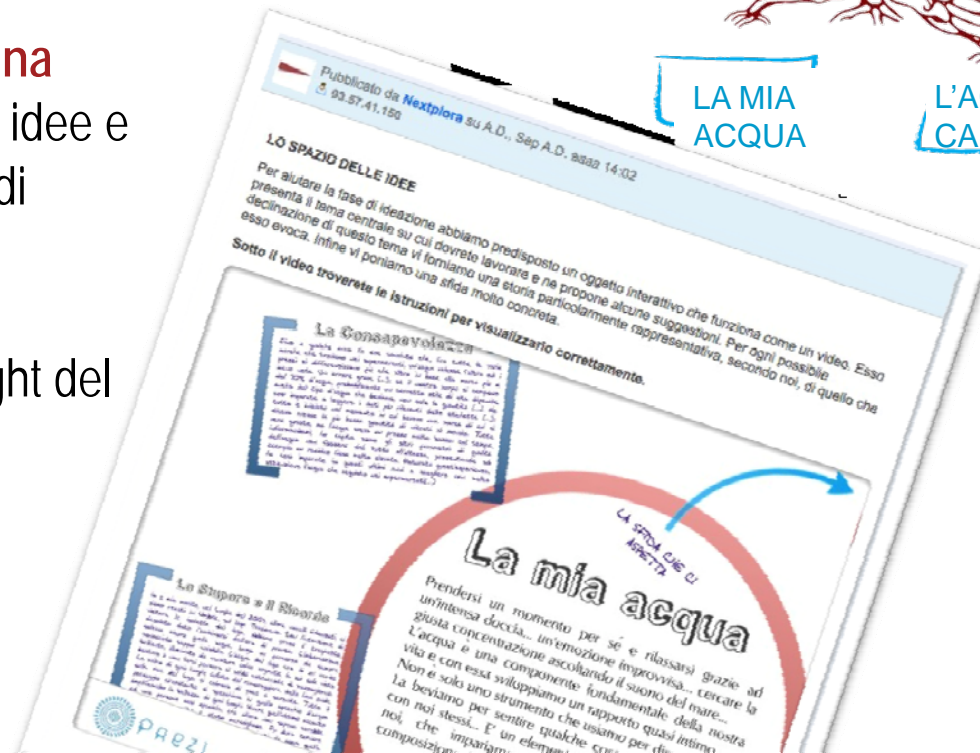
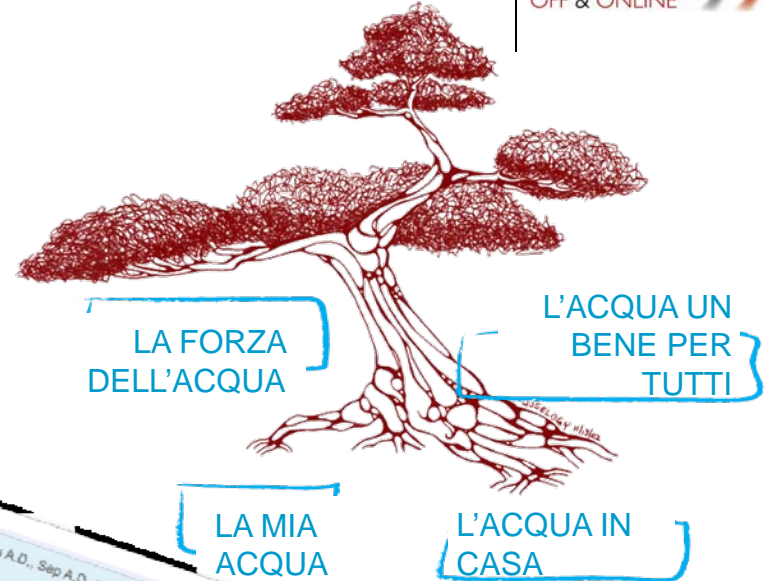
L'ACQUA UN BENE PER TUTTI

CULTURA



Generazione granulare di idee

- I partecipanti vengono **assegnati** al territorio di maggiore affinità delle storia narrata
- Il territorio viene **"spiegato"** in modo semplice e intuitivo
- Viene **"lanciata"** una **sfida** per generare idee e formulare concetti di prodotto, servizio, innovazione che rispondano all'insight del territorio di lavoro



Sviluppo di uno dei territori

La dimensione intima dell'acqua

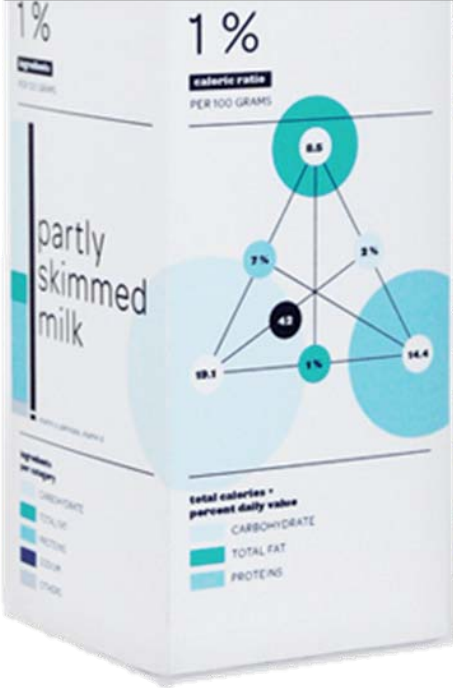


- La "mia acqua" (legame intimo, riflesso di me) deve rappresentarmi nel modo più puro e cristallino, può solo portare il mio nome o **nessun nome**
- Ogni "brand" rischia di inquinare la trasparenza dell'acqua proiettandovi valenze e intenzioni estranee
- La "mia acqua" è simbolo di **trasparenza**: rimette in contatto con il proprio sé, veicolo di consapevolezza
- La mia acqua deve esporsi, **farsi "leggere"**, devo poter conoscere la sua origine, la sua storia (tracciabilità) e la sua composizione



Etichetta infografica

Un'etichetta infografica



- L'etichetta come **strumento narrativo**: racconta la purezza e la trasparenza incorruttibili dell'acqua
- Deve "illustrarne" in modo immediato e universale le caratteristiche chimico-fisiche per essere funzionale (facile lettura, accessibile, interessante)
- Deve assolvere a una funzione pedagogica, educare ad un consumo consapevole e autonomo
- **Bella e semplice come l'acqua**



WARNING

The following show features stunts performed either by professionals or under the supervision of professionals. Accordingly, MTV and the producers must insist that no one attempt to recreate or re-enact any stunt or activity performed on this show.



Una Y che fa la differenza

Da community a comunità

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE



- La community on line di ricerca è ... una comunità
- ed esiste una differenza tra un gruppo di persone e una comunità.
- Una comunità per esistere ha bisogno di uno **scopo**, un **obiettivo comune**, un'**idea**.

Un nuovo contratto

in grado di sprigionare una nuova energia

Relazione basata su un vero principio di collaborazione:

- Da **rispondenti** a **partecipanti**
- Una vera comunità composta dai **partecipanti, ricercatori e committenza**

Insieme, per perseguire un unico obiettivo:

- Unico vero **cuore dell'engagement e dell'energia generativa della community**



Trasparenza

Per un rapporto paritario di collaborazione

2011
RICERCA
QUALITATIVA
IN ITALIA
APPLICAZIONI
OFF & ONLINE

- **Obiettivi di ricerca condivisi**, trasparenza su brief, cliente, percorso di lavoro ...
- Niente domande! Un **dialogo**
- Gestione della relazione prima, durante e **dopo** i tempi di ricerca
- Un **nuovo linguaggio** e definizione di una **linea editoriale** di community



Campione Vocazionale

Un'idea media rappresentativa o una buona idea?



Garantire **velocità, qualità, coinvolgimento**:

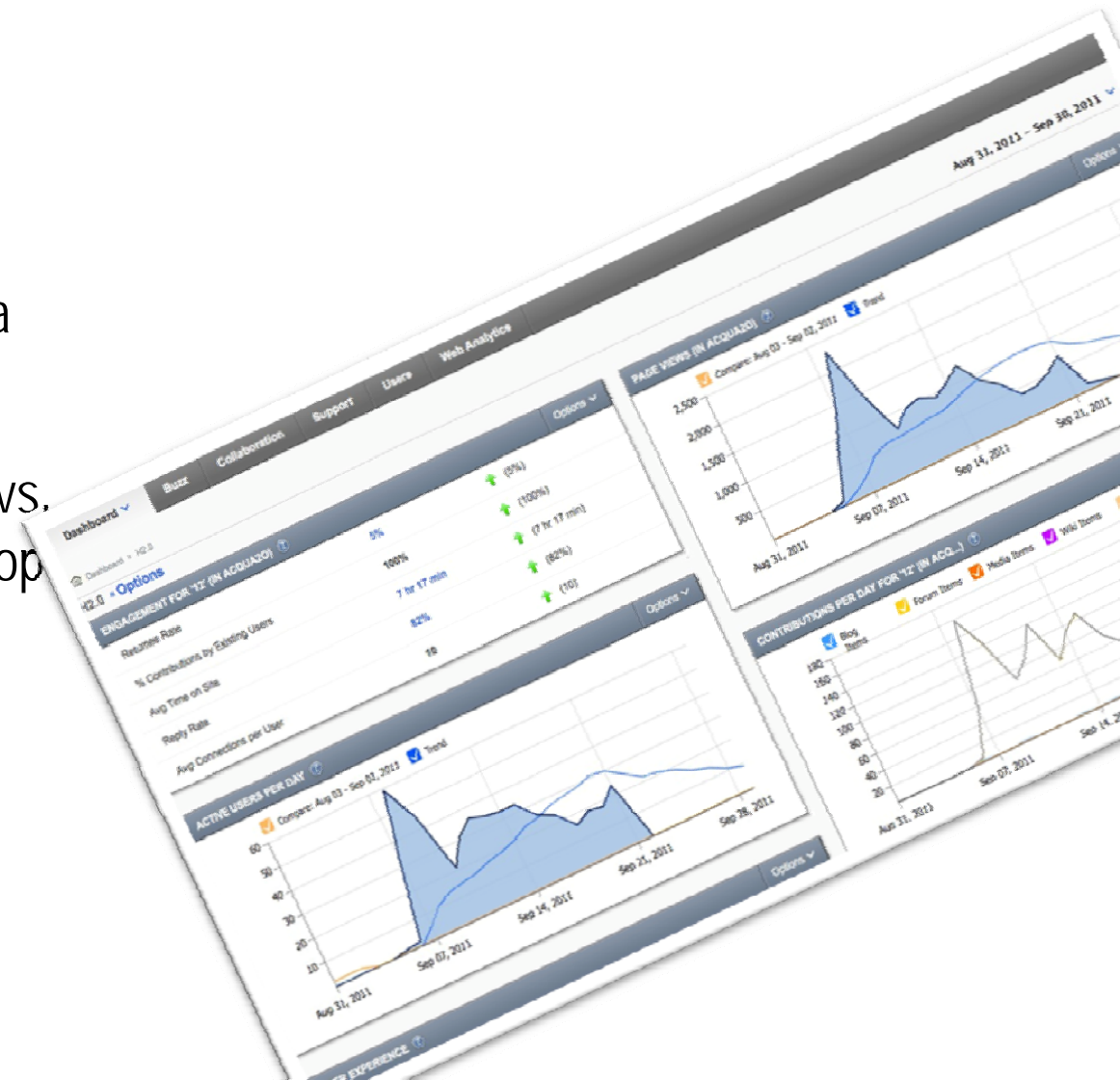
- I partecipanti rispondono a requisiti di **carattere vocazionale**, prima ancora che di rappresentatività.
- **Coinvolti** (non reclutati) per potenziale **adesione all'obiettivo** e non solo per appartenenza ad un target.

Gestione e Processi

Tecnologia come veicolo dell'esperienza di comunità

Chiave dell'integrazione delle specificità delle MROC:

- Garantire una **curva di apprendimento** veloce con una user experience familiare
- Facilitare **relazioni reticolari** vs. la relazione classica di ricerca top down
- L'analisi del funzionamento e controllo in real time: analytics



Alcune conclusioni da cui iniziare

- Un nuovo “strumento”, con nuove regole, che richiede accortezze e professionalità nuove, imbrigliato se recluso nel solo alveo qualitativo
- Una strada per mettere le persone in grado di generare un risultato, anziché mettere noi nelle condizioni di “investigarle”
- Fortemente connesso ad aspetti tecnologici a garanzia del massimo sfruttamento del suo potenziale
- Ci mette di fronte alla necessità di relazionarci con “il consumatore” in modo nuovo, costringendoci a mettere in discussione molte delle nostre consuetudini



Grazie per l'attenzione!