HUBITS
IL LAB DELLE RICERCHE DI MERCATO

Fun&Media Talks

In collaborazione con

MONDADORI MEDIA

LICENSING Italia
OFFICIAL REPRESENTATIVE OFFICE
LICENSING INTERNATIONAL

LO SCENARIO PAY DI LIBRI, VIDEO, MUSICA E GAMING

Chi siamo / Hubits

HUBITS è un team di professionisti specializzati in ***ricerche di mercato*** e ***sondaggi di opinione***.

Un laboratorio di osservazione permanente che opera in partnership con l'Istituto di ricerche internazionale BVA-Doxa.

HUBITS grazie ad un ***ampio e articolato sistema di ricerche quantitative e qualitative*** può raggiungere qualsiasi target e abitudine di consumo.

I suoi strumenti permettono di approfondire i bisogni conoscitivi in settori molto diversi tra loro: dal ***finance*** al ***beauty***, dall'***entertainment*** all'universo delle ***onlus***, solo per citarne alcuni.

Copyright © Hubits

L'Entertainment e la nostra Mission

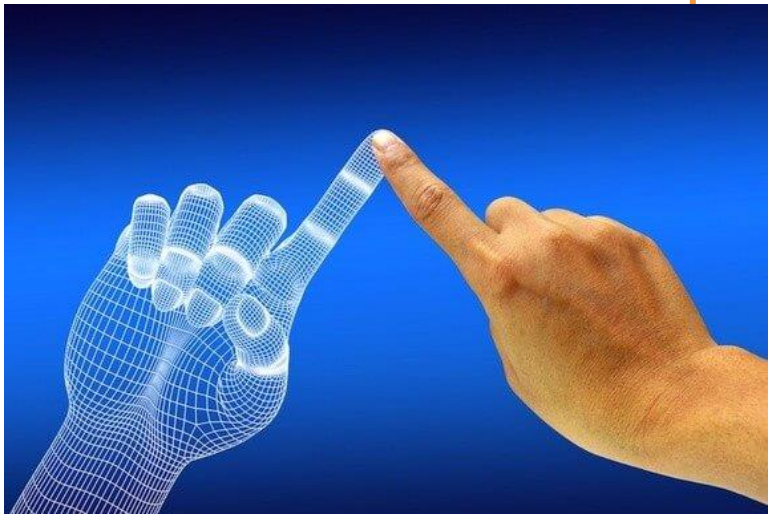
Il mercato dell'Entertainment è in costante ***evoluzione e rivoluzione***.

Gli ultimi 2 anni hanno visto l'affermazione di piattaforme e una drastica ***mutazione nei consumi di visione ed ascolto di contenuti***, favoriti anche dallo sviluppo e dalla facilità di accesso alla fruizione digitale, stimolata anche dall'incremento del tempo trascorso in casa.

Come si comportano i consumatori? Come hanno reagito a queste mutazioni e come possiamo immaginare che si comporteranno domani?

Trovare le risposte a questi quesiti può consentire di ***conoscere meglio i propri utenti*** e suggerire un approccio più efficace e on-time verso gli stessi.

Questa è la ***mission della nostra ricerca*** e intendiamo farlo con un focus consumer oriented che cerchi di calarsi il più possibile sull'oggi e su ciò che potrà succedere nel futuro prossimo.



Scenario

Vista la continua evoluzione del mercato dell'Entertainment dovuta all'accelerazione digitale per la pandemia, ***Hubits*** ha sentito l'esigenza di avviare una ricerca che abbracciasse i 4 principali mercati che fanno capo al mondo dell'Entertainment:

Libri	*Video*	*Musica*	*Videogames*

Con questa ricerca si intende ***monitorare i consumi ed i comportamenti degli italiani*** in queste quattro aree cercando di dettagliarle e comprenderne le specificità.

Proprio con il fine di rendere utile la ricerca ad un pubblico ampio di addetti ai lavori si è scelto di indagare in particolare le ***scelte che hanno indotto un acquisto*** (digitale e fisico) dei prodotti correlati a queste 4 aree di indagine.

Copyright © Hubits

Obiettivi della ricerca e principali KPI

La ricerca ha l'obiettivo di rispondere, in particolare, ad una serie di focus/domande con il fine di individuare e capire le meccaniche di acquisto:

Qual è il ***profilo socio-demografico*** dell'***acquirente*** medio

I ***canali di acquisto*** e le ***modalità di consumo*** del prodotto

Con quanti ***settori*** l'utente interagisce e in quali modalità

Come si interseca e muta l'acquisto ***fisico*** con quello ***digitale*** (dove presente)

Attraverso la ricerca verranno identificati anche una serie di trend del mercato, per cercare di anticipare gli scenari competitivi dei prossimi tempi.

Copyright © Hubits

Obiettivi della ricerca e principali KPI

Libri

Parco Acquirenti

Musica

Video

Spesa Media

Videogames

Frequenza Acquisto

Trend del mercato

Elementi qualitativi di valutazione associati a dati quantitativi e statistici.

Copyright © Hubits

Obiettivi della ricerca e principali KPI

LIBRI

- Acquisto libro cartaceo
- Acquisto E-Book
- Abbonamento a piattaforma digitale *(Kobo plus, Kindle Unlimited...)*
- Abbonamento piattaforma audiolibri (Audible, Kobo plus, Storytel)

Copyright © Hubits

Obiettivi della ricerca e principali KPI

VIDEO

- Acquisto Fisico *(DVD/Blu-Ray/4K)*
- Acquisto Digitale one shot *(Itunes, Chili, Rakuten…)*
- Abbonamento streaming *(Netflix, Disney+, Sky…)*

Copyright © Hubits

Obiettivi della ricerca e principali KPI

GAMES

- Acquisto giochi per consolle *(Playstation, X-box...)*
- Acquisto giochi per PC a pagamento
- App di giochi a pagamento

Copyright © Hubits

Obiettivi della ricerca e principali KPI

MUSICA

- Acquisto fisico
  (CD, vinile, musicassette)
- Piattaforme online a pagamento
  (Spotify, Deezer…)

Copyright © Hubits

La ricerca in dettaglio

Sarà intervistato un campione rappresentativo della ***popolazione italiana di 3.000 individui***.
Ogni intervistato risponderà ad un set fisso di domande di classificazione ed habits e poi a rotazione approfondirà i focus dedicati.

Il numero consistente di interviste permetterà di poter effettuare analisi di dettaglio per le sovrapposizione e analisi specifiche per sotto-target.

L'indagine verrà condotta attraverso l'approccio ***CAWI*** (Computer Assisted Web Interviewing) attraverso il ***Panel Proprietario di BVA-DOXA e MLAB***.

Tale approccio consente:

- *selezione accurata del target* d'interesse
- *controlli di qualità* e della risposta
- *effettuare successivi approfondimenti* dedicati

Copyright © Hubits

Focus sul questionario

L'*overview di scenario iniziale* verrà realizzata su un campione rappresentativo della popolazione italiana internet. Verrà individuato il ***profilo socio-demo*** dell'utilizzatore medio di entertainment indagando l'***utilizzo*** e l'***acquisto*** dei ***supporti fisici e digitali*** delle 4 aree in rilevazione negli ultimi 12 mesi, ma anche la frequentazione di cinema, teatri e concerti.

Per ciascun supporto acquistato verrà specificato ***per chi era l'acquisto*** (per sé, figlio, da regalare...)

Quanti ***libri letti*** e o ascoltati negli ultimi 12 mesi

Tempo speso a ***guardare contenuti video*** sui diversi supporti

Frequenza di ***ascolto di musica*** sui diversi supporti

Frequenza di ***gioco*** sui diversi supporti

Cambio di ***abitudini*** post pandemia e ***trend futuri***

Copyright © Hubits

Focus sul questionario

LIBRI

COSA

- ***Genere*** letto e preferito
- Titolo ***dell'ultimo libro letto/ascoltato*** e alcuni titoli dell'ultimo anno
- Eventuali abbonamenti a piattaforme e-book
- ***Abbonamento*** alle piattaforme di audiolibro
- Possesso di una ***carta Fedeltà*** di qualche libreria fisica e digitale

COME

- ***Motivi*** per la ***scelta di acquisto*** presso luoghi fisici o e-commerce (promozioni, nuove uscite…)
- ***Driver di scelta*** per ciascun supporto sia per l'acquisto personale che da regalare
- Driver di scelta e acquisto dell'ultimo libro letto o ascoltato

DOVE

- ***Luogo di acquisto*** per i libri cartacei con specifica dell'insegna fisica e e-commerce
- ***Piattaforma di acquisto*** o siti e-commerce per e-book e audiolibri

QUANDO

- ***Periodo dell'anno e luogo preferito*** per leggere/ascoltare libri

QUANTO

- ***Spesa annuale media*** per gli acquisti di ciascun supporto o abbonamento
- ***Tempi di lettura*** di un titolo (subito, entro una settimana…)

Copyright © Hubits

Focus sul questionario

VIDEO

COSA

- ***Piattaforme di streaming*** utilizzate (SVOD, TVOD E EST)
- ***Se intestatario*** o utilizzatore della piattaforma
- ***Fedeltà*** alla piattaforma
- Numeri di ***contenuti acquistati*** o affittati singolarmente negli ultimi 3 mesi e spesa
- ***Genere*** di contenuto acquistato/affittato
- Genere preferito
- Titolo dell'***ultimo contenuto guardato***/ acquistato e alcuni titoli dell'ultimo anno

DOVE

- ***Dispositivi*** utilizzati (TV, console, pc...)
- Dispositivi fisici utilizzati (DVD, Blu-Ray, 4K)
- ***Canali di acquisto*** fisici e online

COME

- ***Drivers*** di acquisto e scelta (streaming e fisico) in generale e dell'ultimo video, per l'acquisto personale e da regalare (promozioni, nuove uscite...)

QUANDO

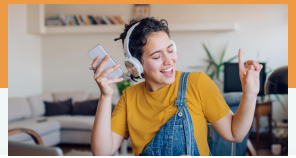
- ***Periodo dell'anno*** e ***luogo preferito*** per guardare video

QUANTO

- Tempi di visione di un titolo acquistato (subito, entro una settimana...)
- ***Spesa annuale*** media per gli acquisti di ciascun supporto fisico

Copyright © Hubits

Focus sul questionario



MUSICA

COSA

- ***Piattaforme*** utilizzate (Itunes, Deezer, Spotify…)
- ***Se intestatario*** o utilizzatore della piattaforma
- ***Fedeltà*** alla piattaforma
- ***Dispositivi*** fisici utilizzati (CD, Vinile)
- ***Generi*** preferiti
- Titolo dell'***ultimo contenuto ascoltato/ acquistato*** e alcuni titoli dell'ultimo anno

DOVE

- ***Canali*** di acquisto fisici e online
- ***Periodo dell'anno*** e ***luogo*** preferito per ascoltare musica

COME

- ***Drivers*** di acquisto e scelta per ciascun supporto (promozioni, nuove uscite…) sia per l'acquisto personale che da regalare
- ***Drivers*** di scelta e acquisto dell'ultimo contenuto ascoltato/acquistato

QUANTO

- ***Tempi di ascolto*** di un titolo acquistato (subito, entro una settimana…)
- Numero di contenuti acquistati o affittati singolarmente negli ultimi 3 mesi
- ***Spesa annuale*** media per gli acquisti di ciascun supporto fisico

Copyright © Hubits

Focus sul questionario

VIDEOGAMES

COSA

- ***Console*** utilizzate (Xbox, Playstation, Nintendo…)
- ***Piattaforme online*** per PC, app per cellulare
- ***Acquisti in abbonamento*** e singoli
- ***Genere preferito*** per ciascuna tipologia di gioco (fisico o online)
- ***Genere*** di contenuto ***acquistato***
- ***Se intestatario*** o utilizzatore dell'abbonamento

DOVE

- ***Canali*** di acquisto fisici e online

COME

- ***Drivers*** di acquisto e scelta per ciascun supporto (promozioni, nuove uscite…)
- ***Drivers*** di scelta e acquisto ***dell'ultimo contenuto*** acquistato/scaricato
- ***Periodo dell'anno*** preferito per acquistare giochi

QUANTO

- ***Numeri di contenuti acquistati*** negli ultimi 3 mesi e spesa
- ***Spesa annuale*** media per gli acquisti di supporti fisici e online

Copyright © Hubits

Proposta Commerciale

Ciascun sottoscrittore potrà acquistare l'intera ricerca con l'overview di scenario iniziale quindi con il panorama di come si sovrappongono i mercati e in particolare il fisico con il digitale.

Altrimenti, sempre avendo a disposizione lo scenario generale, si potrà acquistare il verticale di proprio interesse con eventualmente la possibilità di inserire delle domande ad hoc.

TEMPISTICHE

- La ricerca partirà a metà gennaio 2023
- I risultati saranno disponibili entro fine marzo 2023

CONTATTI

PAMELA SAIU
pamela.saiu@hubits.it

Copyright © Hubits