

Artificial Intelligence for  
Alternative Market Analysis



Con l'avvento del mondo digitale, dei **dati alternativi**, dell'**intelligenza artificiale** e di un'economia sempre più «**customer centrica**» sta cambiando il modo in cui le aziende **ricercano e processano informazioni**.

Oggi sempre più aziende hanno l'esigenza di **ottimizzare il decision-making in tempi molto rapidi** per:

- lanciare/testare nuovi prodotti servizi;
- internazionalizzare il business;
- aprire nuovi punti vendita;
- etc.



Le metodologie convenzionali oggi **non bastano** a fornire risposte adeguate, portando con se alcuni svantaggi:

- DATASET LIMITATI E/O DIFFICILMENTE REPERIBILI
- TEMPI LUNGHI
- COSTI ELEVATI
- INSIGHT POCO ACCURATI E/O PARZIALI



## ALTERNATIVE MARKET ANALYSIS

Analisi che abilita in **tempi rapidi** una **maggiore e più profonda conoscenza** dei mercati e degli shopper da raggiungere.



■ DATI TRADIZIONALI ■ VOICE OF SHOPPER ■ DATI ALTERNATIVI DIGITALI

Open data, dati legati ad istituti statistici, etc.

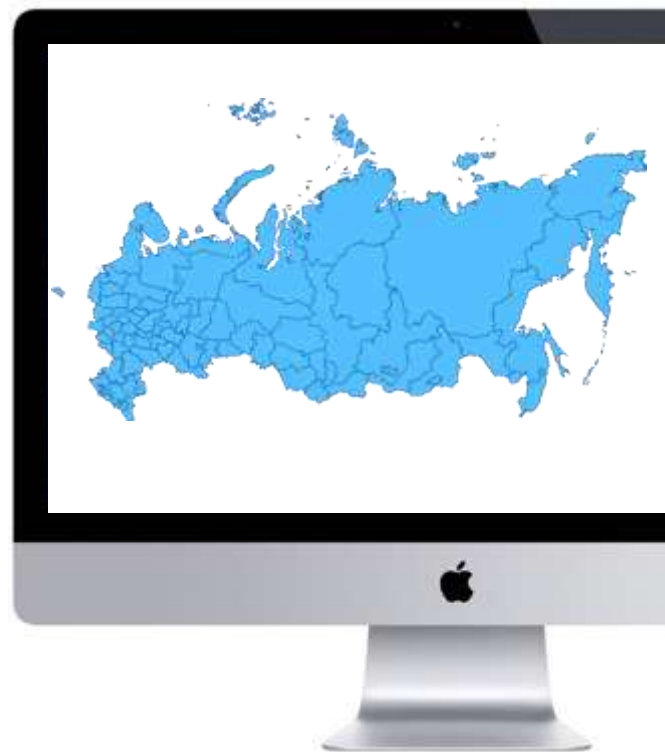
Dati di caratteristiche, preferenze ed abitudini d'acquisto degli Shopper

Conversazioni, recensioni, trend, Q&A, e-commerce data, etc.

Combiniamo dati tradizionali, dati alternativi estratti dalla rete (e dati raccolti sul campo tramite **app mobile proprietaria e collaboratori locali**).

DATA LAKE

La metodologia è basata su **logiche algoritmiche** e abilita un **ranking** dei target da raggiungere (es. aree geografiche) rispetto ad un **riferimento codificabile** (es. media nazionale, campione di compratori con caratteristiche specifiche)



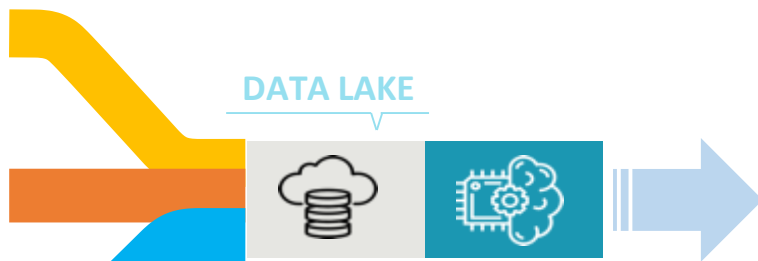
■ DATI TRADIZIONALI ■ VOICE OF SHOPPER ■ DATI ALTERNATIVI DIGITALI

Open data, dati legati ad istituti statistici, etc.

Dati di caratteristiche, preferenze ed abitudini d'acquisto degli Shopper

Conversazioni, recensioni, trend, Q&A, e-commerce data, etc.

Combiniamo dati tradizionali, dati alternativi estratti dalla rete (e dati raccolti sul campo tramite **app mobile proprietaria e collaboratori locali**).



La metodologia è basata su **logiche algoritmiche** e abilita un **ranking** dei target da raggiungere (es. aree geografiche) rispetto ad un **riferimento codificabile** (es. media nazionale, campione di compratori con caratteristiche specifiche)





Insight più ricchi grazie alla combinazione di fonti **dati differenti, alternativi e difficilmente reperibili**



Dati raccolti sul campo **granulari, attuali e geo-localizzati**



**Rapidità**  
d'esecuzione (2-3 mesi)



Metodologia per quantificare anche **aspetti comportamentali** (es. abitudini d'acquisto online/offline)



Attività multi-country con esperienze già sviluppate anche in **USA, Cina ed India**



Pricing **accessibile**



- **INDUSTRY:** Food & Beverage
  - **ATTIVITA':** Lancio nuovo prodotto sul **mercato americano**.
  - **BISOGNO:** Individuare l'area geografica più efficace (maggiormente rappresentativa della media nazionale) per un test localizzato di prodotto.
- 
- **DATI UTILIZZATI:**
    - Open data (es. US Census, US Department of Agriculture, etc.)
    - Dati di **70** prodotti ricavati da oltre **4.000** e-commerce stores.
    - Dati geolocalizzati su volumi e trend di **ricerche online**.
  - **OUTPUT:** Analisi con ranking delle aree maggiormente allineate alla media nazionale e in cui fare test del nuovo prodotto.





- **INDUSTRY:** Fashion
  - **ATTIVITA':** Attivare un canale di distribuzione digitale da affiancare ai punti vendita fisici in **Cina**.
  - **BISOGNO:** Confrontare le abitudini e le preferenze d'acquisto online degli shopper cinesi rispetto a quelle offline.
- 
- **DATI UTILIZZATI:**
    - Open data (es. National Bureau of Statistics, etc.)
    - Dati raccolti da oltre **3.000** intervistati (tramite app mobile proprietaria) in **3 città** (Shangahi, Pechino e Guanzhong).
  - **OUTPUT:** Studio comparativo delle **abitudini d'acquisto online/offline** con dettaglio delle preferenze di prodotto, modalità di pagamento, servizi connessi, etc.
  - **ACTION:** Segmentazione dei prodotti da lanciare nel nuovo canale online



- **INDUSTRY:** Technology
  - **ATTIVITA':** Lancio Brand su un nuovo mercato (**India**)
  - **BISOGNO:** Esplorazione delle caratteristiche territoriali, socio-demografiche, economiche e livello di digitalizzazione degli shopper
- 
- **DATI UTILIZZATI:**
    - Open data (es. Indian Census 2011, etc.)
    - Dati raccolti da oltre **2.000 intervistati** (tramite app mobile proprietaria) in **3 città** (Delhi, Bangalore e Mumbai).
    - Dati geolocalizzati su volumi e trend di **ricerche online**.
  - **OUTPUT:** Mappatura a livello statale e distrettuale di indicatori di ricchezza della popolazione target e del livello di digitalizzazione.



**3rdPlace** si avvale di un network di partner locali, presenti soprattutto in mercati complessi quali Cina ed India, per garantire **rilevanza e rapidità** sia in fase di raccolta che di analisi dei dati

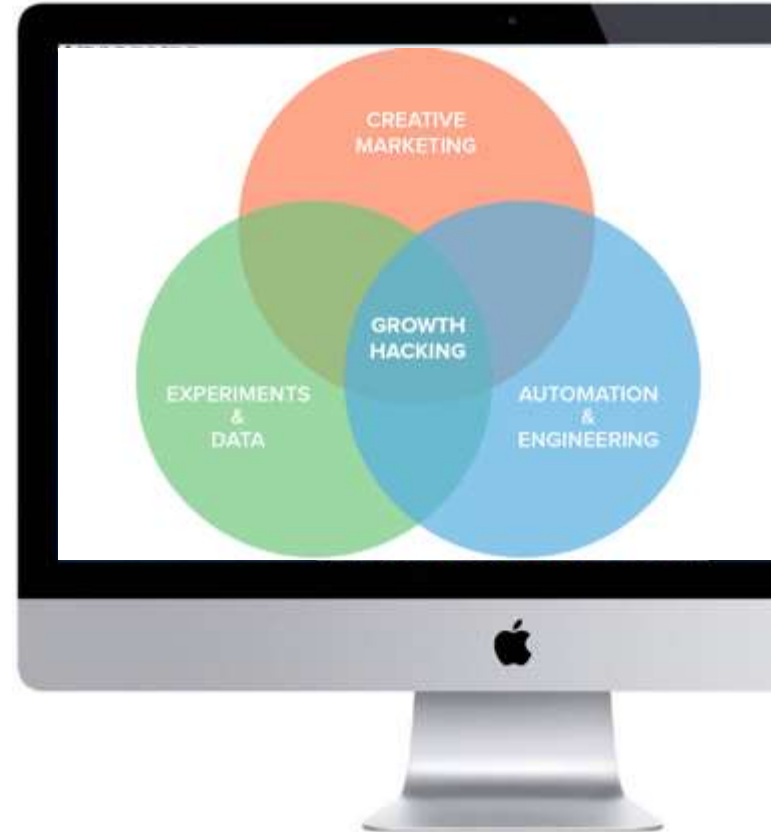


**3rdPlace** sfrutta un'app mobile proprietaria per abilitare la «voice of shoppers» direttamente sul campo.

3rdPlace effettua anche test di marketing digitale su utenti reali tramite la metodologia del Growth Hacking, al fine di rispondere alla domanda: “**quali utenti sarebbero realmente disposti a pagare i miei prodotti/servizi?** Quale ROI posso aspettarmi?”

### COSA FACCIAMO?:

- Partiamo dai **risultati dell'alternative market analysis** e veicoliamo **annunci pubblicitari di prova** sugli utenti a più **elevato potenziale**, tramite le principali piattaforme di advertising digitale;
- Misuriamo i **KPI rilevanti** per il business e li confrontiamo con i dati già in possesso dell'azienda su altri mercati o relativi ad altri competitor per valutare la sostenibilità di eventuali investimenti.



Gruppo di 3 tech company specializzate in soluzioni di Artificial Intelligence per la crescita data-driven delle aziende in ambito Marketing, Sales e Investment.

### datrix.it



Tech company che raccoglie, analizza e traduce dati relativi a clienti/utenti in insight, identificazione anomalie, predizioni e opportunità di business, utili a migliorare decisioni, azioni e risultati operativi.

[3rdplace.com](https://3rdplace.com)



Fintech company che raccoglie, interpreta e pesa Alternative Data per scopi di monitoraggio e li combina con dati tradizionali per finalità d'investimento.

[finscience.com](https://finscience.com)



Martech company che sviluppa piattaforme per search marketing, digital advertising & lead generation e content marketing data-driven.

[bytekmarketing.it](https://bytekmarketing.it)

#### Milano

Foro Buonaparte 71  
20121 Milano [[mappa](#)]  
Tel +39 02 76281064

#### Viterbo

Via Luigi Galvani 4  
01100 Viterbo [[mappa](#)]  
Tel +39 07 611710848

#### Roma

Viale Luca Gaurico 91/93  
c/o Spaces, 00143 Roma [[mappa](#)]  
Tel +39 06 93188459

#### Cagliari

Via Sassari 3  
09123 Cagliari [[mappa](#)]  
Tel +39 02 76281064