PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 4 - numero 547 di venerdì 03 maggio 2002

# Ricerche di mercato con...la telecamera

***Filmano le persone durante lo shopping, non per scoprire eventualli furti, ma per comprendere come acquistano. E la privacy?***

"Esaminati" mentre si fa shopping, è quanto accade a "The Once Famous", un negozio di Minneapolis creato da un'esperta di pubblicità, Tina Wilcox, per comprendere tramite il comportamento, i tempi e le parole dei clienti i meccanismi che portano all'acquisto.

Nel negozio e' installato un sistema di telecamere e microfoni che non servono per individuare eventuali ladruncoli; mediante le riprese si vuole invece valutare il tempo impiegato per confrontare i prezzi, la tipologia dei prodotti sui quali i clienti piu' frequentemente si soffermano, le reazioni di fronte ad un offerta o ad un prezzo elevato.

Molte aziende statunitensi hanno scelto "The Once Famous" per testare i nuovi prodotti, per valutare l'impatto sulla clientela e cercare di individuare eventuali punti deboli.

E la privacy? A quanto affermano i gestori del bazar non vi sono violazioni, in quanto all'ingresso del negozio e' posto in bella mostra un cartello che avverte dell'"indagine di mercato in corso".