



## Company Profile 2019





01

# Perché Doxa?



01 – Perché Doxa?

# Doxa Know How

Dal **1946** esperienza e continua innovazione

Dal febbraio 2019 Doxa fa parte del gruppo franco-americano BVA

**Membro fondatore di GIA (Gallup International Association) e di WIN (Worldwide Independent Network)**

Controllo totale dell'**intero processo di ricerca**

**Rigore scientifico** nella progettazione ed esecuzione

Risorse specializzate per fornire risposte di ricerca solide, ricche e azionabili

# Strategic Vision

Doxa supporta le scelte strategiche di aziende e istituzioni che adottano metodi di ricerca scientifici aggiungendo

## valore umano ai dati

### obiettivo

Creare una partnership con i clienti, prendendosi carico dei loro bisogni, con un approccio problem-solving e la ricerca di soluzioni originali, innovative e ad hoc per tutti i contesti

### progetto comune

Lavorare in gruppo, fornendo soluzioni creative ed efficaci integrando le nostre abilità e il nostro expertise

**more knowledge = more power**



**Doxa**

**02**

**Metodo**



# Strumenti ed esperienza



Utilizziamo **strumenti di raccolta solidi e affidabili** e metodi esclusivi

**Integriamo** la lettura dei dati con il nostro **expertise di marketing e comunicazione**

Collaboriamo con i nostri partner in rapporto alle diverse specializzazioni

**Offriamo approcci più avanzati** grazie alla nostra solida esperienza di ricerca



03

# Competenze



# Tecniche e interpretazione



Ampiezza dei **modelli, delle tecniche e dei metodi dai più classici ai più innovativi**

Capacità di **interpretazione, sistematizzazione e teorizzazione** degli approcci più avanzati



04

**Personne**



# Competenze integrate



Statistici, data scientists, esperti informatici, sociologi, psicologi e gestori di panel, community e field

Integrazione di **competenze e professionalità diverse**

Consulenti selezionati in diverse discipline e settori



- **2 sedi operative** (Milano e Roma)
- **130 persone** tra statistici, ricercatori, esperti informatici e coordinatori di field
- **350 postazioni telefoniche** (distribuite in due sedi) completamente informatizzate
- **1000 intervistatori personali** distribuiti sul territorio nazionale
- **400 intervistatori telefonici** (nelle due sedi)
- **2.200 collaboratori per le ricerche “mystery” (shoppers)**
- **10.000 partecipanti alla nostra smart community**
- **Panel proprietario con circa 120.000 iscritti**



05

# Integrazione



# Ricerca



Integrazione tra **qualitativo e quantitativo**, tra **online e offline**, tra **ricerca** e **comunicazione**

L'oggetto di ricerca è osservato da più punti di vista per **rappresentare la realtà nel suo divenire**



06

**Esperienza**

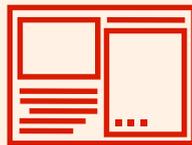


## 06 - Esperienza



### **Scenario**

Analisi del mercato  
+ trend



### **Prodotto**

Sviluppo, gestione  
+ distribuzione



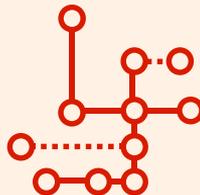
### **Brand**

Sviluppo  
+ gestione



### **Comunicazione**

Sviluppo  
+ valutazione



### **Relazione**

Analisi delle relazioni  
+ strutture



### **Opinione**

Analisi dell'opinione  
+ trend

# Settori



- **Audience & media**
- **Energy & Utilities**
- **Entertainment**
- **Finance**
- **FMCG**
- **Healthcare (dedicated company Doxapharma)**
- **Institutions**
- **Mobility**
- **Telco**
- **Public Opinion**
- **Retail**
- **SME + B2B**

# Piattaforme tecnologiche

- **Nipo** (CATI, CAPI, Tablet)
- **Confermit** (CAWI, CAPI, Tablet)
- **Netbase** (Web Monitoring and Social Data Analysis)
- **Sassie** (Mystery Shopping)
- **Roamler** (Crowdsourcing)
- **Dialogics** (Video analytics)
- **ArcGIS** (Geomarketing)
- **Doxa Platform** (per panel e community)
- **Doxa Platform** (strumenti qualitativi)
- **Doxa tools for Neuro Marketing** (riconoscimento facciale e monitoraggio oculare)
- **SAS**
- **SPSS**
- **SPSS Modeler** (Big Data)
- **Text Analytics**

# Principali clienti



- Audience – Press  
Radio Web
- BMW
- Bolton
- Carrefour
- Crédit Agricole
- Disney
- ENEL
- ENI
- Ferrero
- GSK
- Henkel
- Intesa Sanpaolo
- Mediaset
- Mondadori
- MSD
- Nestlé
- Poste Italiane
- RFI – Italian  
Railway Network
- Roche
- Samsung
- SKY
- TEVA
- TIM
- Unilever
- Vodafone
- Volkswagen
- Wind



**Milano Roma**



**doxa.it**



doxa@doxa.it