



InNova

studi e ricerche



**Leggere il mondo
oltre le apparenze**

In campagna elettorale

Le domande

- Scegliere se e chi candidare e con chi candidarsi e allearsi, come costruire la lista e strutturare i rapporti candidato/lista
- Capire quanti sono i posti a disposizione e quanti sono conquistabili
- Suddividere l'elettorato per coinvolgere il più possibile le diverse categorie di cittadini
- Individuare azioni di marketing ad alta valenza comunicativa per impiegare al meglio le risorse disponibili
- Affrontare i temi chiave del dibattito nello spazio politico di riferimento

I soggetti



Partiti e
movimenti
politici



Candidati



Sindacati e
associazioni di
rappresen-
tanza

Pianificazione e supporto strategico in campagna elettorale

Le nostre risposte

- Valutazione della possibilità e opportunità della candidatura
- Definizione degli obiettivi in termini di consensi e delle strategie per raggiungerli
- Costruzione di target elettorali
- Analisi della rassegna stampa e assistenza nella scelta di temi e messaggi
- Supporto nella stesura del programma - *ghostwriting*
- Supporto nella predisposizione dei materiali di campagna

Temi e messaggi del giorno

1. Lavoro: dobbiamo concentrarci sul lavoro, sulla creazione di possibilità per i giovani di trovare occupazione, sul rilancio del lavoro per tutti, per garantire migliori condizioni di vita. Lo faremo con interventi certi, rendendo efficace il sistema di collocamento e facilitando l'incontro tra domanda e offerta e incentivando gli investimenti delle aziende.

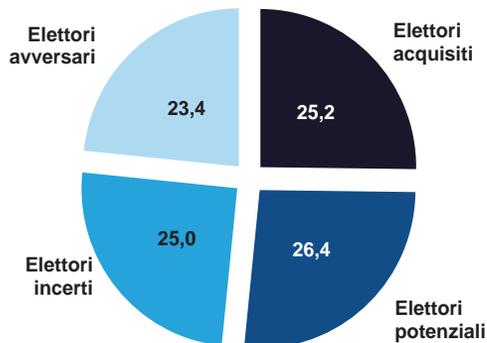
2. Fisco: tutti promettono di ridurre le tasse ma nessuno lo fa. Troveremo le risorse per la riduzione della pressione fiscale per le famiglie e ancor di più per le imprese, per permettere loro di tornare a investire e crescere. Le risorse ci sono: basta tagliare gli sprechi e ridurre veramente le spese inutili.

3. Economia: dobbiamo portare in Italia la ripresa, con politiche vere che diano respiro al nostro sistema e ci aiutino ad uscire dalla crisi.

Warning

-Al Nord c'è una quota rilevante di elettori indecisa: possono essere recuperati puntando sui temi della sicurezza e della lotta alla criminalità.

Target elettorale



In campagna elettorale

Le domande

- Rilevare il clima
- Studiare i valori, gli atteggiamenti e i comportamenti dei cittadini/elettori
- Capire i problemi o i punti di forza di un'area, di un partito, di un soggetto
- Testare il gradimento e la popolarità di diversi candidati e coalizioni
- Analizzare le intenzioni di voto
- Verificare gli effetti delle strategie e dei materiali di campagna elettorale
- Predisporre le successive azioni di campagna elettorale

I soggetti



Partiti e movimenti politici



Candidati



Organizzazioni di società civile



Sindacati e associazioni di rappresentanza

Sondaggi e focus group su temi politico-elettorali

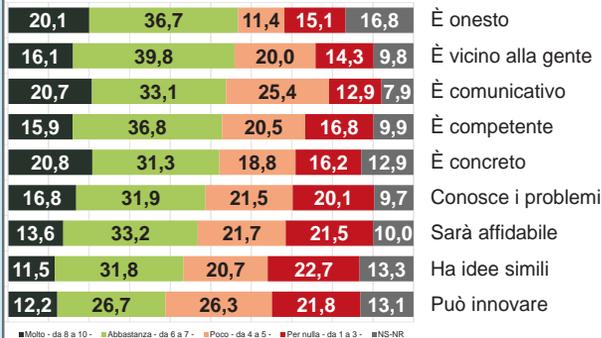
Le nostre risposte

- Sondaggi telefonici e via mail o smartphone ai cittadini
- Sondaggi di tracking a particolari tipologie di cittadini/elettori definiti come target
- Interviste a panel selezionati
- Focus group con diverse tipologie di cittadini/elettori appositamente selezionati a seconda del tema da approfondire
- Monitoraggio dei social media e analisi testuale

I problemi da affrontare (max 2 risposte)



Quanto il candidato...?



Prima e dopo le elezioni e in occasione di interventi legislativi

Le domande

- Individuare zone ad alto/basso consenso e zone target
- Analizzare i risultati di un'elezione e il trend elettorale nel tempo per comprendere le ragioni di eventuali spostamenti di voti
- Verificare i comportamenti di voto nel passaggio tra diversi tipi di elezione
- Verificare le soglie da superare per ottenere rappresentanza e le opportunità offerte dalle diverse strategie coalizionali
- Comprendere al meglio la realtà di un territorio o di un contesto di riferimento e sfruttarne la conoscenza

I soggetti



Partiti e movimenti politici



Candidati



Organizzazioni di società civile



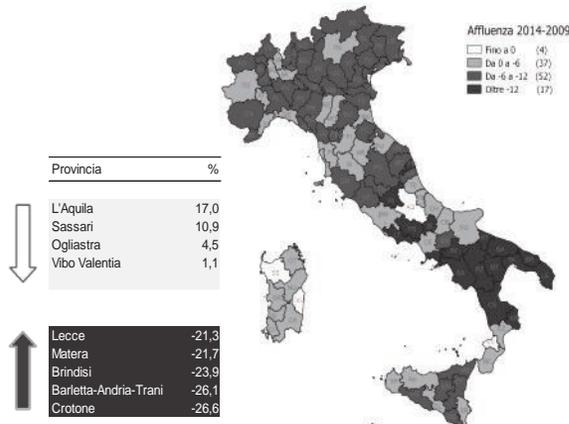
Sindacati e associazioni di rappresentanza

Analisi politico-elettorale e studio dei sistemi elettorali

Le nostre risposte

- Analisi elettorale spaziale e longitudinale
- Analisi dei flussi di voto sia con risultati elettorali sia con dati di sondaggio
- Studio dei sistemi elettorali e stesura di possibili proposte di riforma di leggi elettorali
- Simulazione di distribuzione seggi
- Analisi di ulteriori dati socio-economici utili a comprendere i temi oggetto di studio

Affluenza alle urne: variazione 2014-2009



Flussi di voto Politiche 2013 / Europee 2014

Elezioni politiche 2013	Elezioni europee 2014									Totale
	Partito Democratico	Lista Tsipras	Nuovo Centro Destra-Udc	Forza Italia	Fratelli d'Italia-An	Lega Nord	Movimento 5 Stelle	Altri	Non voto	
Partito Democratico	70	6	1		0		17	4	2	100
Sel e Rivoluzione Civile	4	55		4			17	19	1	100
Liste di Centro	34	2	42	13	2			7	1	100
Popolo della Libertà			1	91	1	2	3		1	100
Fratelli d'Italia		18			18		56		8	100
Lega Nord			30	15	5	36	11		3	100
Movimento 5 Stelle	7				0	7	80	4	1	100
Altri	22	9	8	45	2			15		100
Non voto			26	5		4		8	57	100
Totale	28	4	3	10	3	6	12	3	31	100

A supporto dell'ideazione di piani o progetti e per la realizzazione di studi o ricerche

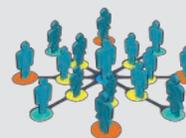
Le domande

- Conoscere le caratteristiche di un territorio dal punto di vista demografico, produttivo e infrastrutturale
- Valutare le performance e le specificità di un territorio rispetto ad altri simili, vicini o in competizione
- Individuare le criticità e le azioni e le politiche che possono permettere ad un territorio di crescere e restare/tornare ad essere competitivo
- Monitorare e comprendere gli effetti di iniziative economiche, sociali, infrastrutturali e delle imprese su un determinato territorio

I soggetti



Imprese



Amministrazioni locali e non e altri enti pubblici

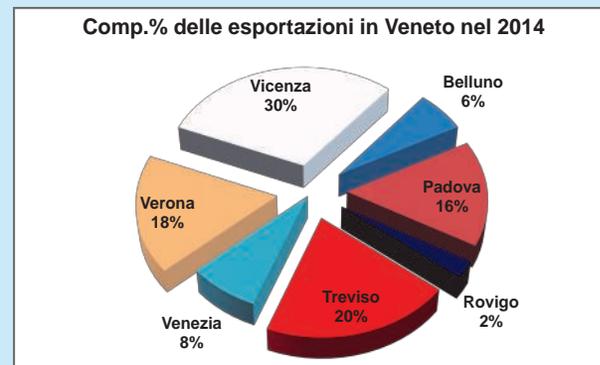
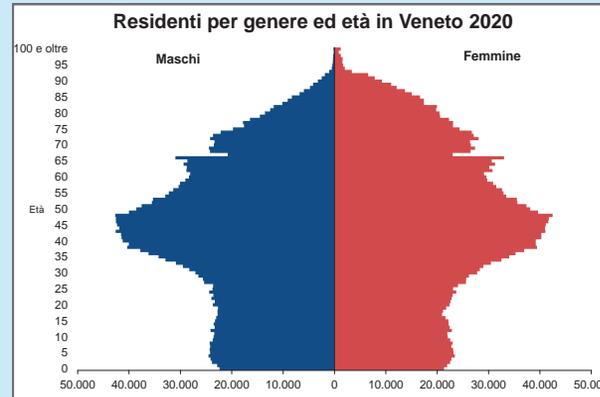


Sindacati e associazioni di rappresentanza

Analisi di contesto, studi sul territorio e analisi di impatto di interventi e iniziative

Le nostre risposte

- Analisi dei dati finalizzata a comprendere l'andamento socio-economico di un territorio
- Predisposizione di scenari e analisi dei dati per una pianificazione condivisa e concertata rispetto agli attori che insistono su un territorio
- Supporto alle decisioni di politica economico-sociale
- Analisi dell'impatto di interventi realizzati o programmati



Prima e dopo la definizione di politiche economiche, sociali e industriali

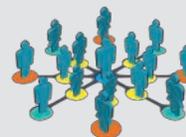
Le domande

- Individuare i fabbisogni delle diverse categorie di stakeholders
- Capire quali sono le politiche più adatte per un territorio, un certo strato sociale e un determinato fine
- Comprendere i vincoli e le opportunità da cui dipende la realizzabilità e l'efficacia di una politica o un progetto
- Valutare gli effetti delle politiche e dei progetti programmati o realizzati e apportare i necessari aggiustamenti
- Riuscire ad approvare politiche e progetti condividendone gli obiettivi sul territorio, nell'organizzazione e con gli stakeholders

I soggetti



Imprese



Amministrazioni locali e non e altri enti pubblici

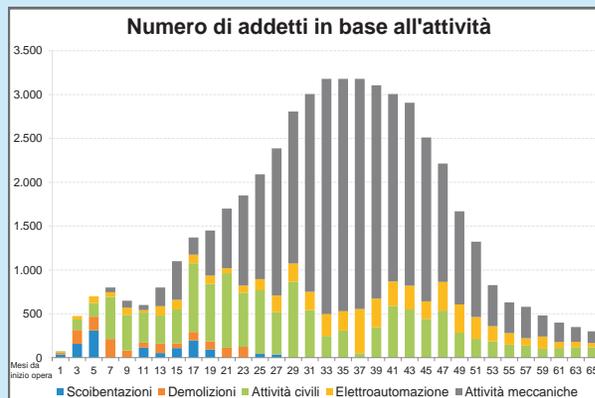
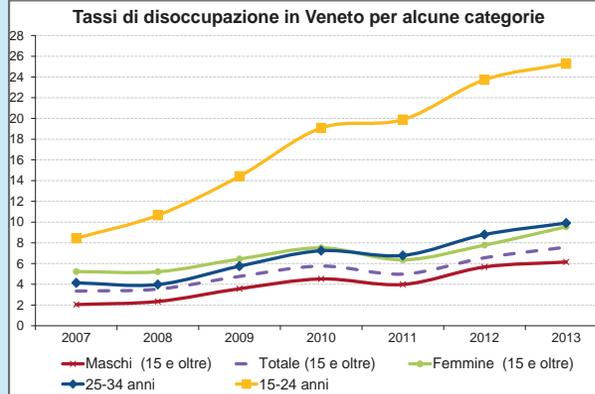


Sindacati e associazioni di rappresentanza

Valutazione di politiche pubbliche e industriali, policy design e monitoraggio

Le nostre risposte

- Individuazione di fabbisogni potenziali in termini di strumenti e servizi
- Attività di policy design e di aggiustamento delle politiche in essere
- Supporto alla concertazione con parti sociali e stakeholders
- Monitoraggio continuativo degli effetti di politiche e progetti
- Individuazione di punti di forza e criticità delle attività programmate e realizzate



In diversi momenti della vita dell'azienda o dell'amministrazione

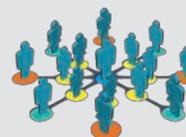
Le domande

- Comprendere i bisogni dei clienti/utenti e le dinamiche della concorrenza
- Misurare la qualità e le performances dei prodotti e dei servizi
- Misurare il grado di soddisfazione del cliente/utente
- Capire come migliorare i propri servizi per essere al passo con i tempi e garantire la soddisfazione
- Valutare la soddisfazione dei dipendenti e il loro rapporto con l'organizzazione
- Comprendere da cosa derivano e risolvere le eventuali criticità presenti

I soggetti



Imprese



Amministrazioni locali e non e altri enti pubblici



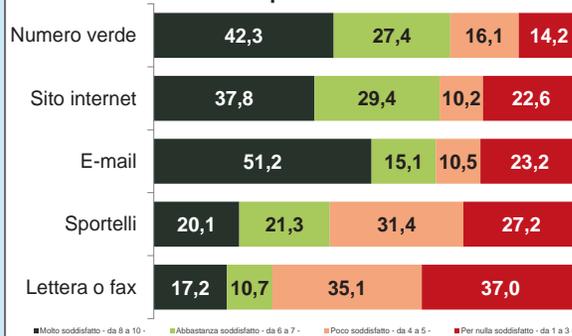
Sindacati e associazioni di rappresentanza

Sondaggi di customer/citizen satisfaction e indagini di clima interno

Le nostre risposte

- Ricerche e/o osservatori per misurare la soddisfazione dei clienti/utenti e analizzare il rapporto tra utenti e servizio erogato
- Sviluppo di strategie per migliorare la fidelizzazione e la capacità di risposta dei servizi o prodotti alle richieste dei clienti/utenti
- Indagini di clima interno e studio di soluzioni per le criticità
- Analisi del posizionamento della brand image/corporate image

Soddisfazione per mezzo di contatto



Promossi e bocciati



Numero Verde
Sito internet
E-mail



Sportelli
Lettera
Fax

Perché? E cosa si può fare?

In occasione del lancio di nuovi prodotti o servizi o dell'ingresso in nuovi mercati

Le domande

- Comprendere le esigenze di consumatori e aziende
- Valutare l'andamento dei mercati e la loro evoluzione, per individuare possibili nuovi prodotti o mercati di sbocco
- Definire il prezzo e le caratteristiche del prodotto o servizio e la sua competitività
- Capire se ci sono e quanti sono i potenziali acquirenti o utenti del servizio e quali le loro opinioni
- Comprendere quali sono i competitors e qual è la loro offerta

I soggetti



Imprese

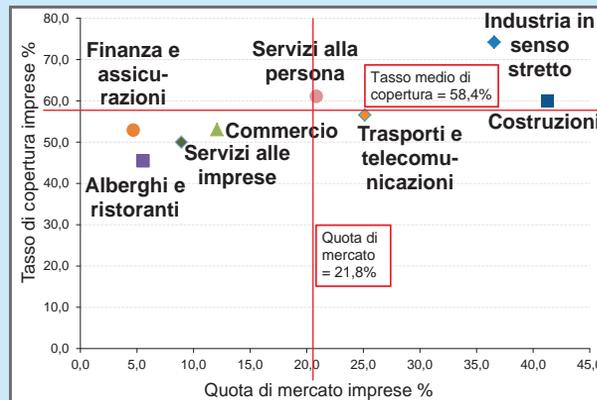
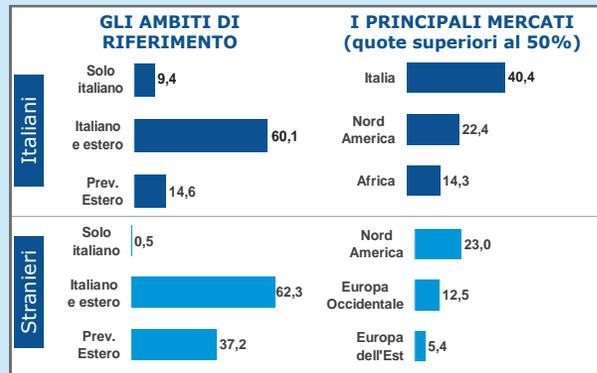


Sindacati e associazioni di rappresentanza

Elaborazione dati e analisi di mercato e della concorrenza

Le nostre risposte

- Smart e Swot analysis
- Benchmark analysis
- Analisi di big data e di basi dati interne ed esterne
- Analisi e gestione dell'internet identity
- Monitoraggio dei social media e analisi testuale
- Analisi della performance del prodotto o servizio e del prezzo; conjoint analysis; valutazione della competitività



Per rispondere al meglio alle nuove esigenze di lavoratori e cittadini

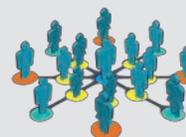
Le domande

- Garantire ai propri dipendenti e ai cittadini di un territorio servizi utili che rispondano alle loro necessità
- Costruire una partnership tra imprese, volontariato, organizzazioni sindacali e datoriali e enti pubblici per ovviare alle mancanze dello stato sociale e fornire un miglior stile di vita a dipendenti e cittadini
- Accrescere la propria responsabilità sociale e ottenere maggiore visibilità all'esterno
- Comunicare le proprie scelte e le opportunità a disposizione per diffondere il servizio e la conoscenza del proprio lavoro per i dipendenti e la società

I soggetti



Imprese



Amministrazioni locali e non e altri enti pubblici



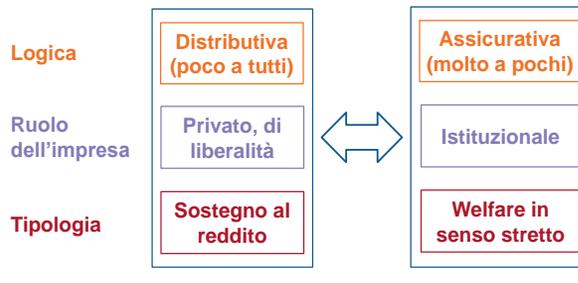
Sindacati e associazioni di rappresentanza

Welfare aziendale e territoriale

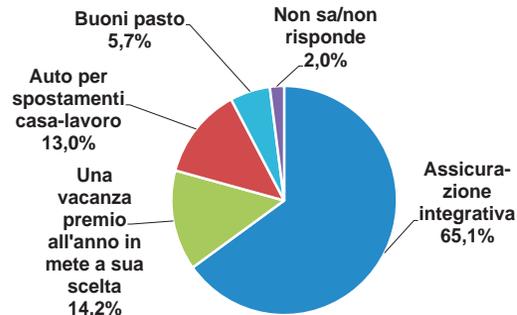
Le nostre risposte

- Valutazione delle necessità principali di una popolazione e delle possibili risposte
- Analisi delle best practices in materia di welfare aziendale e territoriale
- Definizione delle possibili azioni rispetto alla popolazione coinvolta e alle sue caratteristiche
- Organizzazione del sistema di welfare di secondo livello
- Preparazione di un piano di comunicazione interna e esterna

Le logiche di welfare aziendale



Se la sua azienda, oltre allo stipendio, le offrisse un bonus, quale sceglierebbe? (Indagine Inail)



Per comunicare la responsabilità sociale e le attività di un'impresa o un ente

Le domande

- Far conoscere le attività svolte durante il proprio mandato
- Far ottenere maggiore visibilità all'attività della propria azienda o del proprio ente
- Comunicare le azioni intraprese a favore della società, dei propri iscritti e degli utenti interni ed esterni
- Pubblicizzare i propri successi e raccontare la propria storia
- Far conoscere il proprio impatto positivo sul territorio, sui lavoratori, sulla società in generale

I soggetti



Imprese



Amministrazioni locali e non e altri enti pubblici



Sindacati e associazioni di rappresentanza

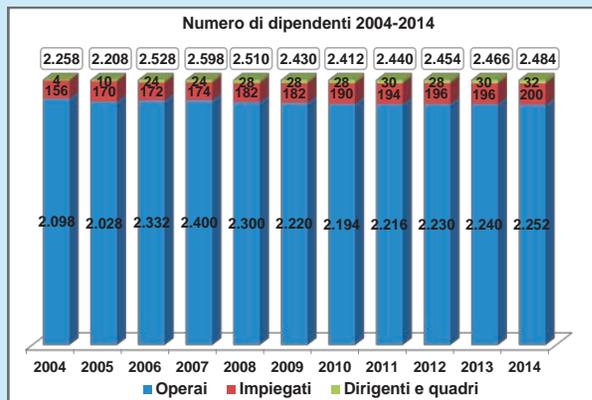


Partiti e movimenti politici

Bilancio sociale e di mandato e pubblicazioni sulla propria attività

Le nostre risposte

- Stesura di bilanci sociali
- Redazione di bilanci di fine mandato
- Redazione di pubblicazioni sulla storia dell'organizzazione o sulla storia personale di un candidato o su altre tematiche specifiche in vista di particolari avvenimenti
- Definizione di un piano di comunicazione interna ed esterna





Via Nicolò Franco, 1
31100 Treviso

E-mail: info@innovaricerche.com

Sito internet: www.innovaricerche.com

Seguici anche su...



<https://www.facebook.com/innovaricerche>



<https://twitter.com/InNovaRicerche>



<https://www.linkedin.com/company/innova-studi-e-ricerche>



<https://plus.google.com/118383644834611029184/posts>