

# APPROCCIO "DEMAND PULL"

12

Nel comparto dei dentifrici (forse uno dei mercati più maturi e segmentati) le paste a base di *baking soda* sono nate dalla dichiarazione di una signora che, nell'ambito di una indagine esplorativa, confessò che per lavarsi i denti preferiva ricorrere alla vecchia maniera della nonna utilizzando la polvere di bicarbonato.

La semplice osservazione può a volte essere sufficiente non solo per portare avanti miglioramenti dei prodotti esistenti, ma anche, se l'osservato è un consumatore innovativo, a ideare prodotti del tutto nuovi. Per esempio, aver rilevato l'abitudine di alcune donne di mescolare uova crude allo shampoo per dare più volume ai capelli, ha suggerito lo sviluppo di nuove formule di prodotto a base di proteine.

L'idea delle tavolette di detersivo per lavatrice Dixan nasce avendo osservato tra i consumatori una sensazione di frustrazione data dalla percezione di usare troppo detersivo. Quando questa tendenza ha raggiunto un livello consistente (rilevato attraverso indagini quantitative) si è passati dal concept allo sviluppo del prodotto.

# APPROCCIO "TECHNOLOGY PUSH"

Un buon esempio è quello del telefono satellitare Iridium, un servizio estremamente sofisticato e innovativo in termini tecnologici che non ha trovato, sul lato della domanda, una reale risposta (esisteva già il GSM che, per quanto meno sofisticato, rispondeva in modo sufficientemente efficace e sicuramente più economico all'esigenza dei consumatori).

Un caso esemplare è quello della tastiera del computer dove la disposizione delle lettere è ripresa dalle vecchie macchine da scrivere. Quella sequenza (qwerty) era stata ideata da un ingegnere allo scopo di rallentare la velocità di battitura per evitare che le macchine dell'epoca si inceppassero (accadeva quando due tasti vicini venivano battuti in rapida successione). Da allora in poi non è più stato possibile modificarla, nonostante si sia provato (già negli anni '30) che una disposizione più razionale avrebbe raddoppiato la velocità e ridotto del 95% la fatica.