



MAIL BOXES ETC.®

#PeoplePossible



MBE
CREATIVITY
DAY #PrintPossible



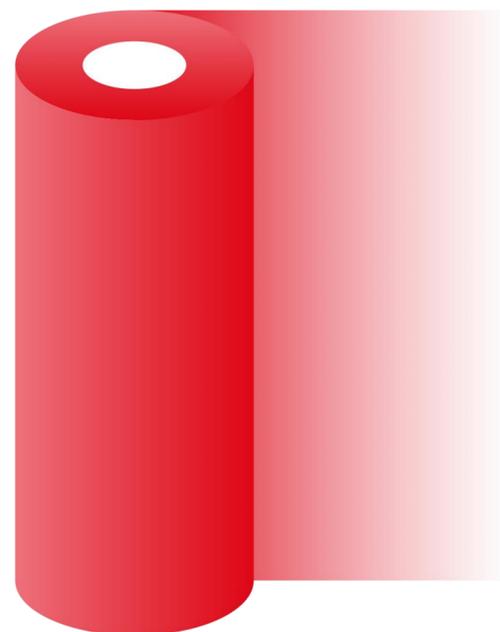
MAIL BOXES ETC.®

#PeoplePossible

MBE
CREATIVITY
DAY #PrintPossible

Mystery Shopping

Valentina Panciroli



Cos'è il Mystery Shopping?

Il Mystery Shopping è una metodologia di analisi in cui operatori qualificati si comportano come clienti reali per valutare, in modo oggettivo e standardizzato, l'esperienza di acquisto e i servizi offerti.

Cosa abbiamo verificato?

Posizionamento Economico

Abbiamo raccolto **preventivi reali** da 5 centri MBE (nord – centro – sud) e da 20 competitor, richiedendoli sia di persona sia da remoto (tramite telefonate/via email), per confrontare i **prezzi** su specifici servizi di stampa (piccolo e grande formato). La rilevazione è stata fatta ad aprile 2025.

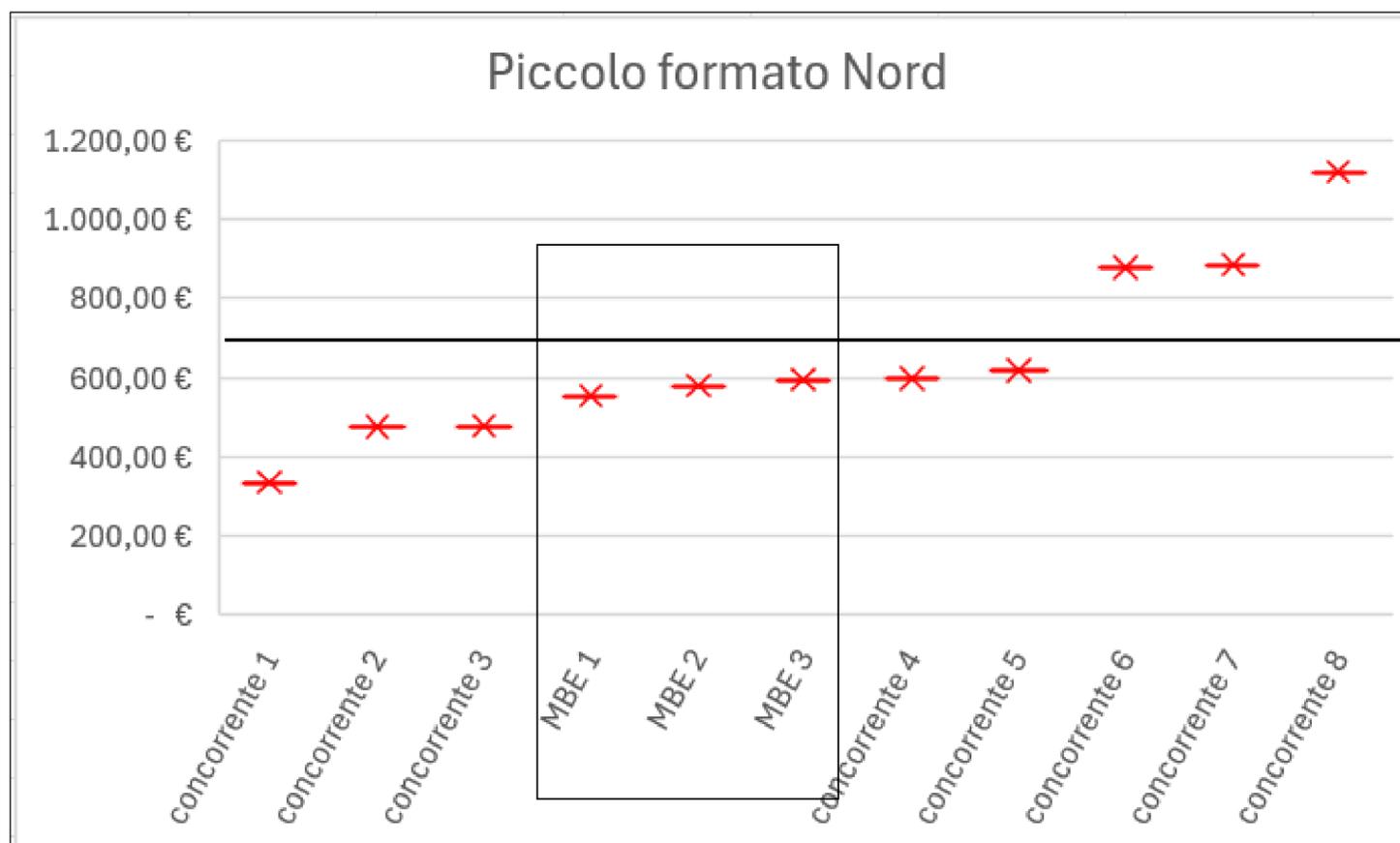
Qualità del servizio

Abbiamo valutato la **qualità** del servizio, attraverso una serie di indicatori come:

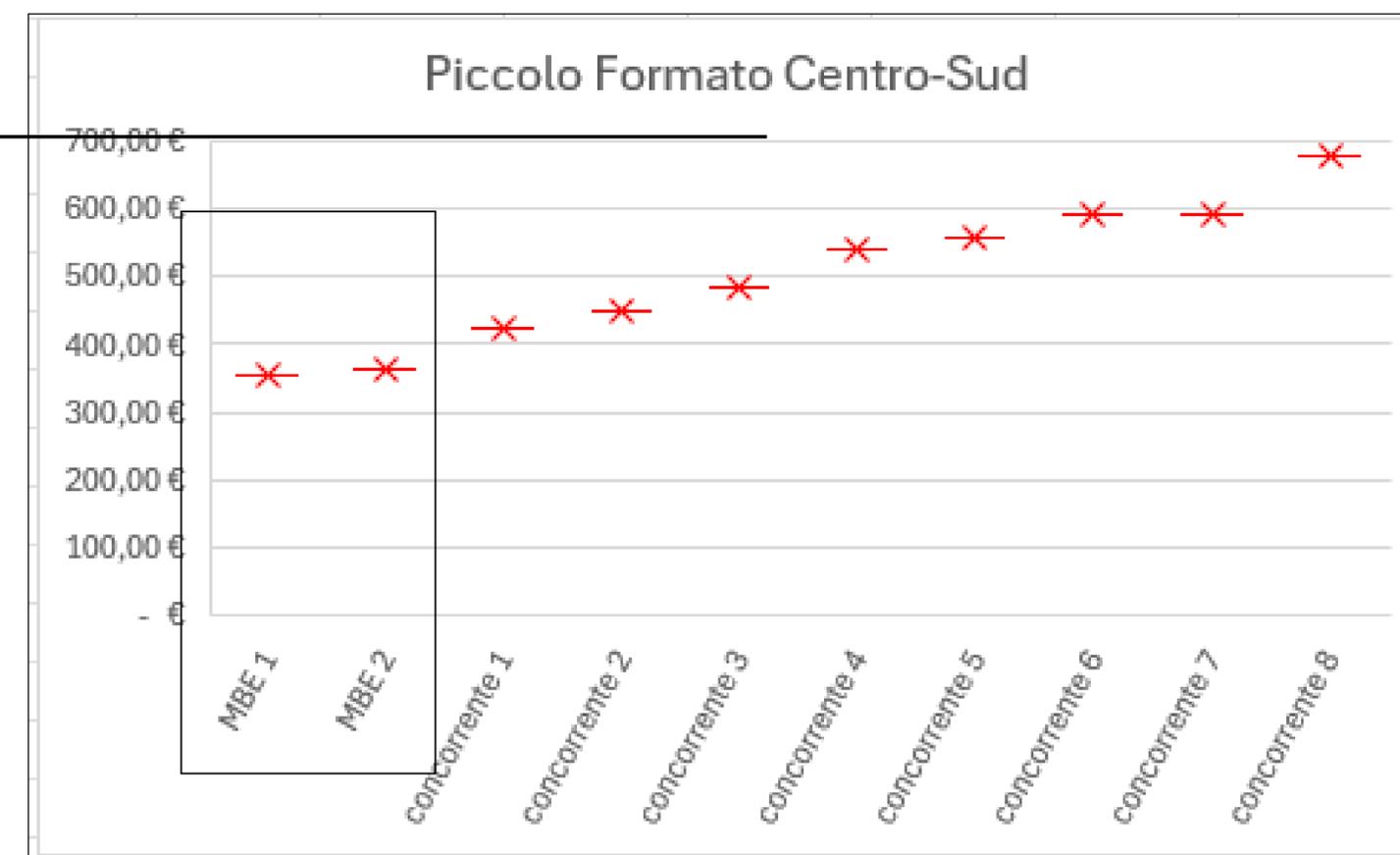
1. Se il preventivo è stato fornito
2. Tempo di rilascio del preventivo
3. Eventuale richiesta di informazioni sull'attività e sulle esigenze del cliente
4. Raccolta dati per ricontatto
5. Gestione della privacy
6. Attenzione ai dettagli tecnici (es. tempi, file di stampa)
7. Eventuale follow-up nei giorni successivi

POSIZIONAMENTO ECONOMICO

Analisi dei dati

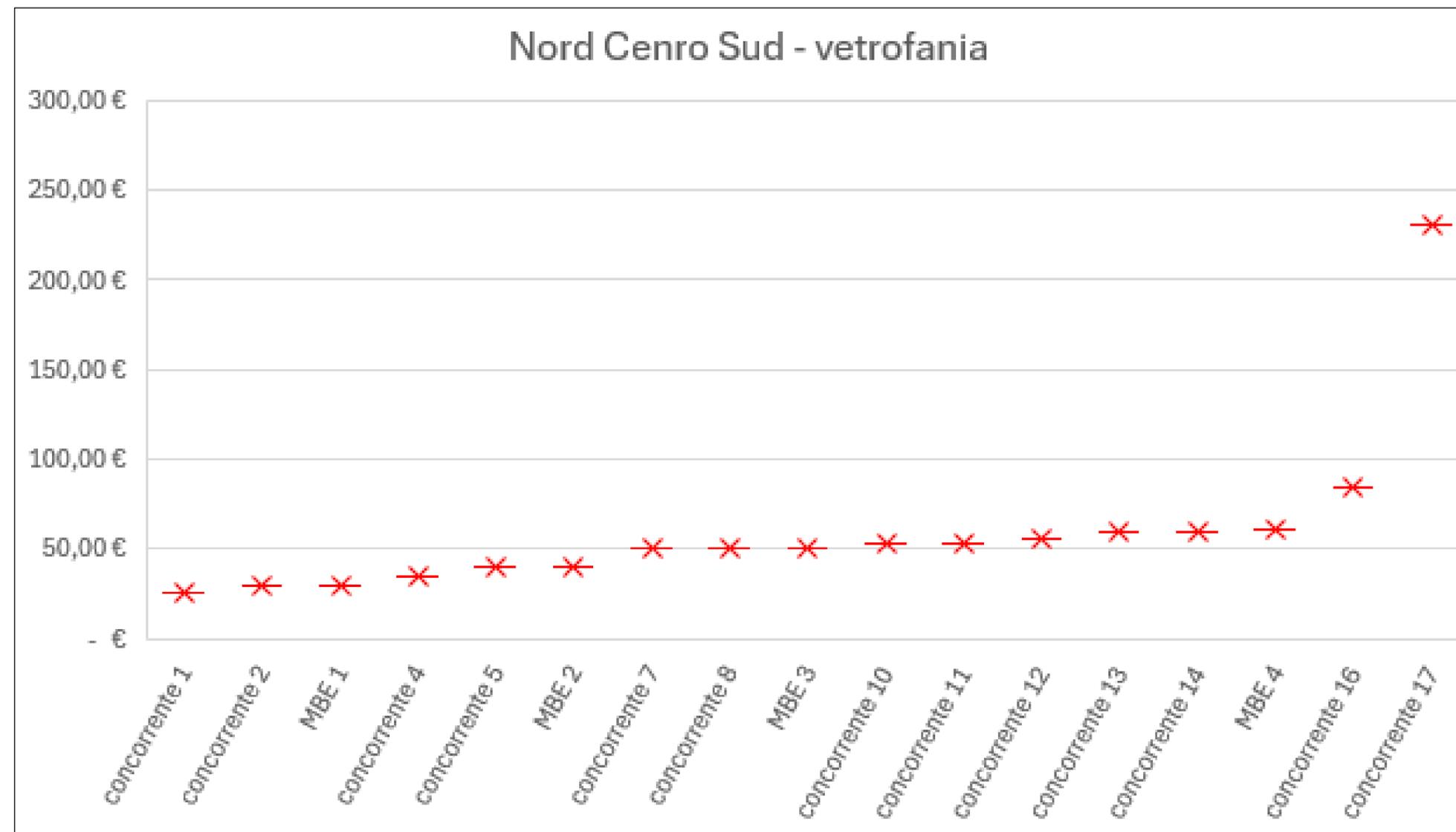


Gli MBE sono **più economici** rispetto alla media del campione di un 28-30%, avendo anche presentato le offerte più economiche **in assoluto** della rilevazione



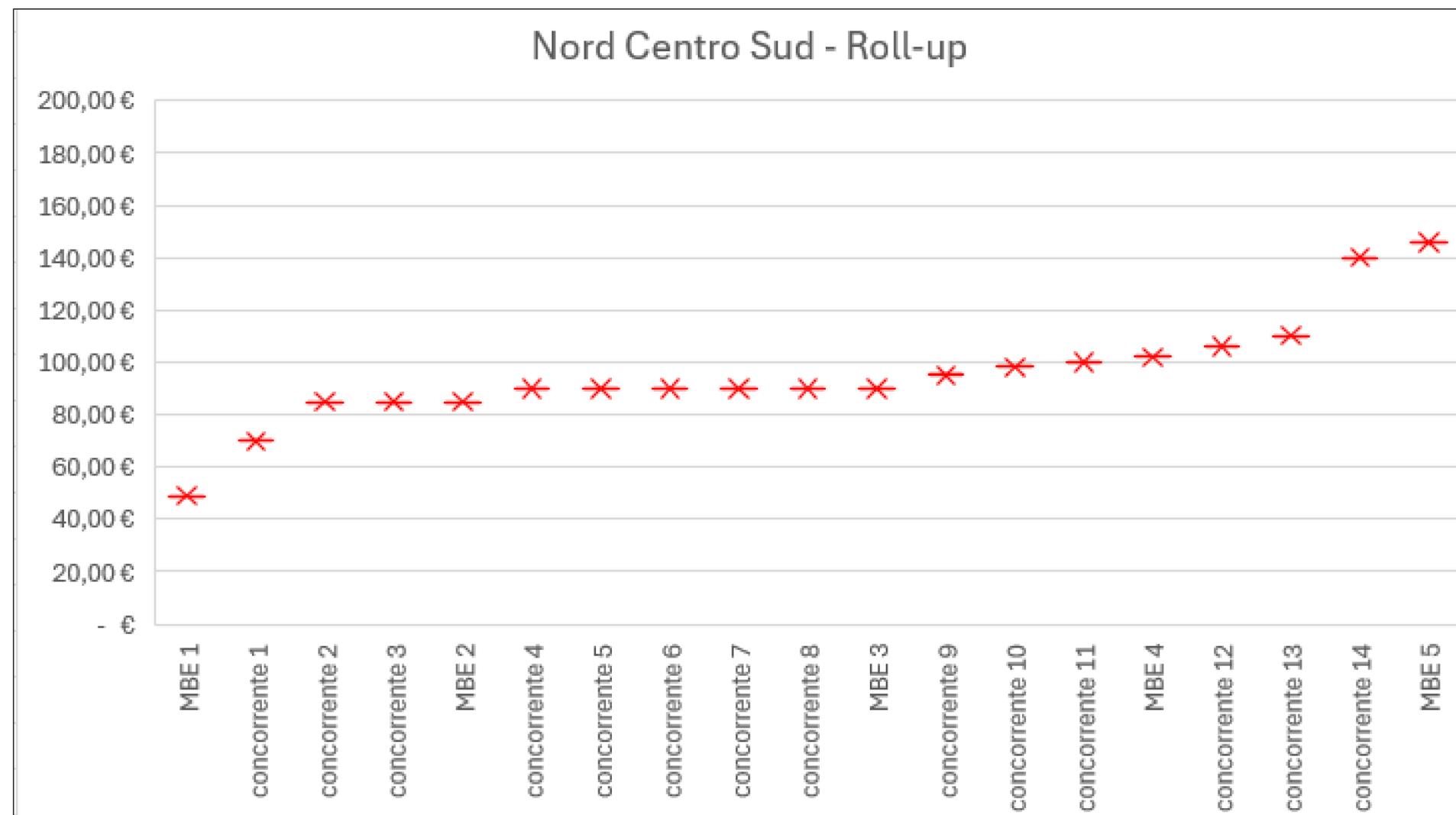
Gli MBE sono **più economici** rispetto alla media del campione dall'8 al 15%

Mediamente il Nord è più caro rispetto al sud del 29%



La maggior parte delle offerte si colloca nella fascia tra 30 € e 60 €, con una crescita progressiva e piuttosto **uniforme**.

Gli MBE sono **più economici** rispetto alla media del campione di circa il 25%.



Gli MBE risultano **allineati** alla concorrenza con una differenza sul prezzo medio di +0,1%
 Media MBE: 94,00 €
 Media concorrenti: 93,93 €

Non emergono differenze significative di posizionamento, né verso il basso né verso l'alto.

In questo segmento, la competizione si gioca quindi più sul **servizio** o sui tempi di **consegna** che sul **prezzo**.



ASPETTI QUALITATIVI

Analisi dei dati

Aspetti qualitativi

1. Il preventivo è stato fornito



100% - 5 Centri



95% - 19 Competitor

Aspetti qualitativi

2. Tempo rilascio preventivo



1,6 gg

1 Centro il giorno stesso
1 Centro < 3gg
3 il giorno dopo



0,9 gg

7 il giorno stesso
1 solo competitor < 3 gg
Resto il gg dopo

Aspetti qualitativi

3. Informazioni sull'attività e sulle esigenze del cliente

L'addetto che mi ha accolta è stato professionale. Ha posto domande sulla mia attività e ha chiesto i tempi a mia disposizione.

Entrando nel negozio, ho trovato solo un addetto, al quale ho chiesto il preventivo ma ha detto che in quel momento non c'era il responsabile grafico per un preventivo e ulteriori informazioni. L'addetto ha quindi suggerito di inviare una mail all'attenzione della persona preposta e mi ha rapidamente congedata.



MAIL BOXES ETC.
#PeoplePossible

60% - 3 Centri



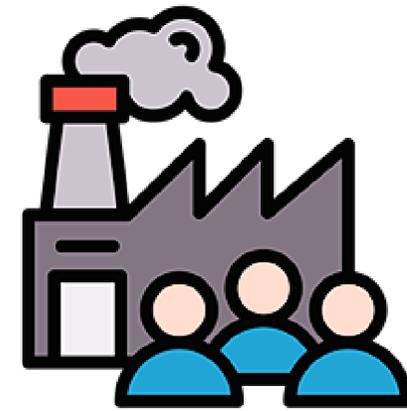
30% - 3 Competitor

Aspetti qualitativi

4. Raccolta dati per ricontatto



2 Centri



8 Competitor

Aspetti qualitativi

5. Gestione della privacy



nessuno



nessuno

Aspetti qualitativi

6. Attenzione ai dettagli tecnici



3 Centri (60%)



8 competitor (40%)

Aspetti qualitativi

7. Follow-up nei giorni successivi



Nessuno



1 competitor

Aspetti qualitativi

8. Preventivo Intestato



1 Centro
ma incompleto di anagrafica Cliente



9 competitor

Riepilogo

	CENTRI MBE
Il preventivo è stato fornito	↑
Tempo di rilascio del preventivo	↓
Informazioni sull'attività e sulle esigenze del cliente	↑
Raccolta dati per ricontatto	↓
Gestione della privacy	↓
Attenzione ai dettagli tecnici	↑
Eventuale follow-up nei giorni successivi	↓
Preventivo intestato MBE	↓

Conclusioni

Punti di Forza

✓ Reattività Commerciale

Il 100% dei centri ha rilasciato preventivi, dimostrando eccellente risposta commerciale.

🔍 Approccio Consulenziale

Maggiore attenzione ai dettagli tecnici rispetto ai competitor, coerente col posizionamento del brand.

Punti di Debolezza

👤 Relazione Cliente

Scarsa raccolta dati per ricontatto e follow-up. Manca procedura privacy.

🕒 Tempi di Risposta

Buoni (1-2 giorni) ma leggermente sotto la concorrenza che consegna in giornata.

Piano d'Azione



Sistema Follow-up

Sviluppare processo strutturato per gestione contatti.



Organizzazione

Ottimizzare il processo di creazione preventivi.



Vendita

Rafforzare presidio fasi chiave: lead, proposta, chiusura.

Strumenti

Formazione

Utilizzare i percorsi formativi su MBE iLearn (Inbound Leads) per migliorare la gestione dei contatti commerciali.

Assessment

Richiedere un assessment al Corporate per identificare punti di forza e aree di miglioramento.

Sistemi

Utilizzare MBE Hub2Print per aumentare professionalità e velocità di risposta. Integrare MBE Sales Speak per un controllo completo dell'attività commerciale.



Thanks!

