

HUMAN SATISFACTION

Item emozionali, razionali, etici (ERE)

Introduzione alla misurazione

Gli item che verranno enunciati nelle singole aree ERE, potrebbero essere identificati in modo diverso secondo le scuole di pensiero a cui ogni ricercatore aderisce. Non cambia peraltro la necessità di esprimere, anche se con enunciazioni diverse nelle tre aree emozione-ragione-etica, i parametri, gli item appunto, da valutare e da misurare sia negli aspetti relativi alle necessità dei diversi stakeholder, sia nei successivi raggiunti gradi di soddisfazione. Si tratta pertanto di realizzare ricerche ad hoc, per verificare nel rapporto impresa-marca / mercato quali siano i gap esistenti in pratica fra la necessità potenziali riferibile ad ogni item e la soddisfazione percepita da ogni stakeholder, ottenuta anche per effetto della comunicazione che un'impresa realizza, sia di tipo istituzionale che relativamente ad ogni proprio brand. Obiettivo sarà di eliminare progressivamente i gap fra le necessità degli stakeholder e le soddisfazioni che l'impresa e i suoi brand sono in grado di offrire, per determinare riflessioni e possibili integrazioni e modifiche nella strategia di comunicazione e di marketing.

Gli item sono in pratica le *necessità* che si trovano nelle tre aree della psiche e che possono essere definite e misurate nel loro valore, aiutando il referente a riconoscerle come tali, condividendone la definizione e la loro stessa misurazione e sussistenza, a prescindere dalle soddisfazioni che ad esse vengono orientate. Quando verranno definiti gli item nelle tre aree, escluderemo di ripetere ogni volta

Necessità di.....

indicando immediatamente il suo contenuto riconosciuto come esistente nell'area di riferimento della psiche, di volta in volta oggetto della nostra analisi.