

Atmosfera delle App mobili, reazioni emotive e risposte del consumatore. Un'estensione del modello PAD nell'ambito della Moda sostenibile online

Traccia del Progetto_Corso del comportamento del consumatore
a.a. 2023_2024 di Giovanna Pegan

Obiettivi della ricerca

- ▶ Contribuire alla letteratura ancora scarsa sullo studio dell'atmosfera delle app mobili e dei suoi effetti sul consumatore:
- ▶ Applicando il modello PAD di psicologia ambientale di Mehrabian e Russell (1974), adattato poi al contesto retail fisico (Donovan e Rossiter, 1982) e digitale (Eroglu et.al., 2003) organizzato sul paradigma dello S-O-R, nel contesto delle applicazioni mobili (apps) per le decisioni d'acquisto dei prodotti di moda sostenibile.

In particolare:

- ▶ Approfondire come lo stimolo dell'ambiente delle apps (Atmosfera), e alcuni tratti della personalità del consumatore si relazionino con le reazioni emotive (PAD) e con le risposte comportamentali (attrazione-repulsione) generate dall'esperienza uso delle apps per l'acquisto di prodotti di moda sostenibile online da parte delle Gen Y e Z.

Background teorico

Cosa cercano i consumatori?

- ▶ Dati recenti indicano che, dopo la crisi pandemica, i consumatori hanno bisogno di capire come i loro obiettivi di sostenibilità più ampi possano essere suddivisi in azioni quotidiane più semplici (McNamee & Fernandez 2021).
- ▶ I consumatori sono alla ricerca di modi per rinnovare le loro abitudini con soluzioni per risolvere i loro problemi quotidiani in modo sostenibile.



Le app possono aiutare i consumatori?

- ✓ In quanto tecnologie digitali, le app etiche (note anche come app verdi o eco-compatibili) possono rappresentare una parte della soluzione perché possono essere catalizzatori di sostenibilità (Gregori & Holzman, 2020; Vo-Thanh et al., 2021).
- ✓ Queste app offrono ai consumatori nuovi modi di gestire, comunicare e valutare le informazioni etiche (Fuentes & Sorum, 2019).
- ✓ Le app etiche, fenomeno relativamente recente, si sono diffuse soprattutto a partire dal 2010 (Humphery & Jordan, 2016) e sono state promosse dopo l'adozione nel 2015 dell'Agenda 2030 per gli SDGs, quando le TIC sono diventate una componente fondamentale per raggiungere gli obiettivi sostenibili.



Background teorico

Definizione di **Atmosfera**

«La progettazione consapevole dello spazio per creare un ambiente d'acquisto positivo per i consumatori al fine di generare specifici effetti emotivi, che possono migliorare la probabilità di acquisto" (Kotler, 1973, p. 174).

Estendendo la concettualizzazione di Kotler (1973), uno studio recente ha concepito **l'atmosfera delle app mobili** come:

«La progettazione consapevole degli ambienti delle app mobili per creare effetti positivi sugli utenti al fine di aumentare le risposte favorevoli degli utenti" (Vrechopoulos et al., 2010, p.350; Lee e Kim, 2019).

Paradigma di partenza

Come si studia l'effetto dell'atmosfera?

Stimolo – Organismo - Risposta



Stimoli di mktg

- Prodotti
- Pubblicità
- Atmosfera negozio
- Atmosfera del sito web/apps
- Pubblicità
-

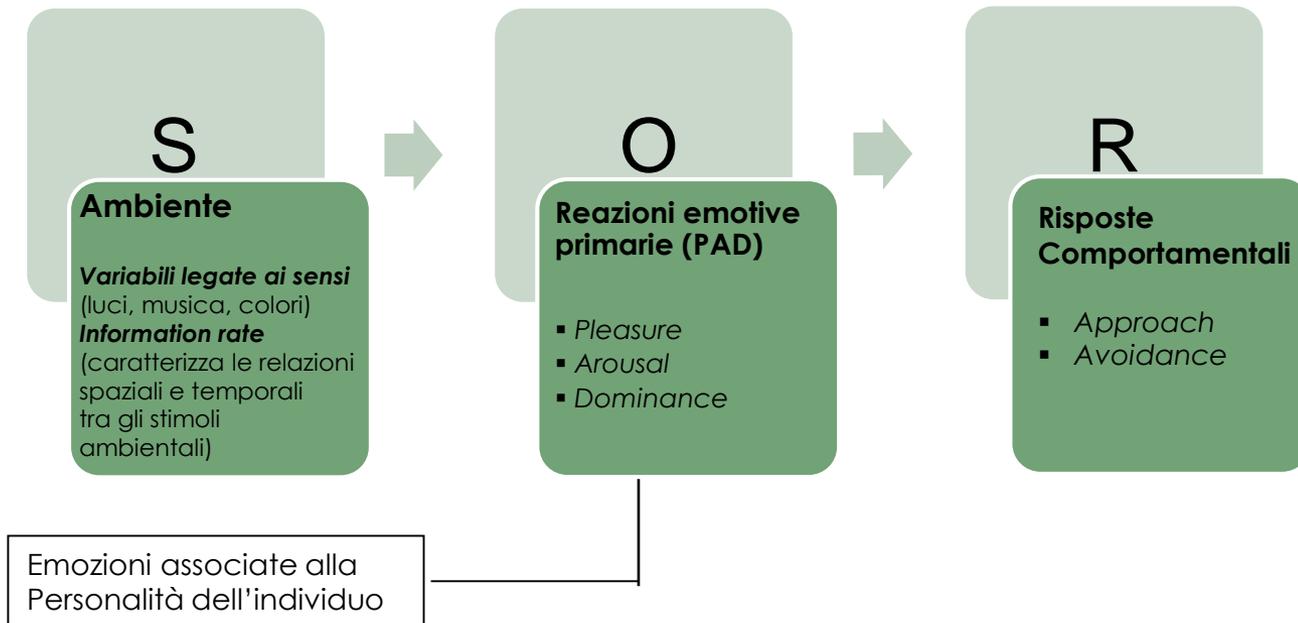
Scatola nera acquirente

- Emozioni
- Atteggiamenti
- Soddisfazione
-

Risposte acquirente

- Acquisto
- Non acquisto
- Passaparola
- Riutilizzo
-

Modello di Mehrabian-Russell (Modello PAD)



(Mehrabian e Russell, 1974; Donovan e Rossiter, 1982)

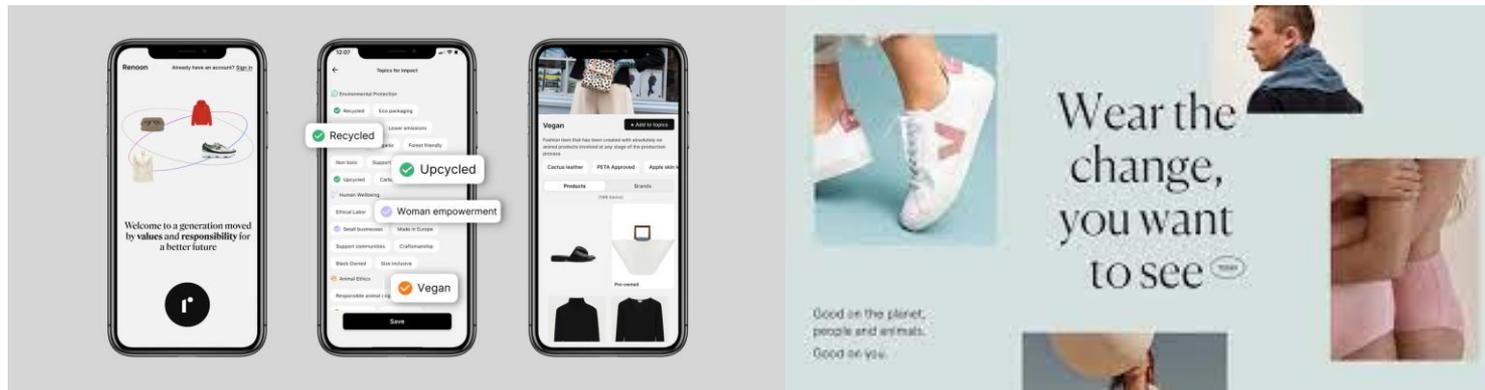
Background teorico

Fare sintesi degli articoli letti al fine di spiegare e giustificare il:

- ▶ Perché è importante studiare l'atmosfera delle app mobili nell'ambito del comportamento del consumatore
 - ▶ Concetto di atmosfera (dei punti vendita off e on line)
 - ▶ Atmosfera delle app
 - ▶ Modello PAD
 - ▶ Modello PAD applicato agli studi sull'atmosfera on line

Background teorico

- ▶ Perché è importante studiare le app eco-sostenibili nel settore moda
 - ❑ Inquadrare fenomeno apps con dati di utilizzo per gli acquisti online ecc.
 - ❑ Perché la moda sostenibile
 - ❑ Perché le app eco-sostenibili nel settore moda: a cosa servono queste app eco-sostenibili per il consumatore in questo specifico ambito
 - ❑ Quali tipologie esistono (provare a classificare le tipologie)
 - ❑ Fornire dati su download di apps che promuovono la moda responsabile
 - ❑ Focus su Good on You o Renoon
 - ❑



Background teorico

- ▶ Perché è importante studiare le app eco-sostenibili nel settore moda
- ▶ L'industria della moda produce tra il 4% e il 15% delle emissioni globali di CO₂. Consuma e inquina. Mentre il 70% dei tessuti è fatto di derivati del petrolio (soprattutto poliestere), poco riciclati (1%). Senza contare le microplastiche. Ma qualcosa sta cambiando...

industria_moda_sostenibilita_fast_fashion

Background teorico

Fare sintesi degli articoli letti al fine di spiegare e giustificare il:

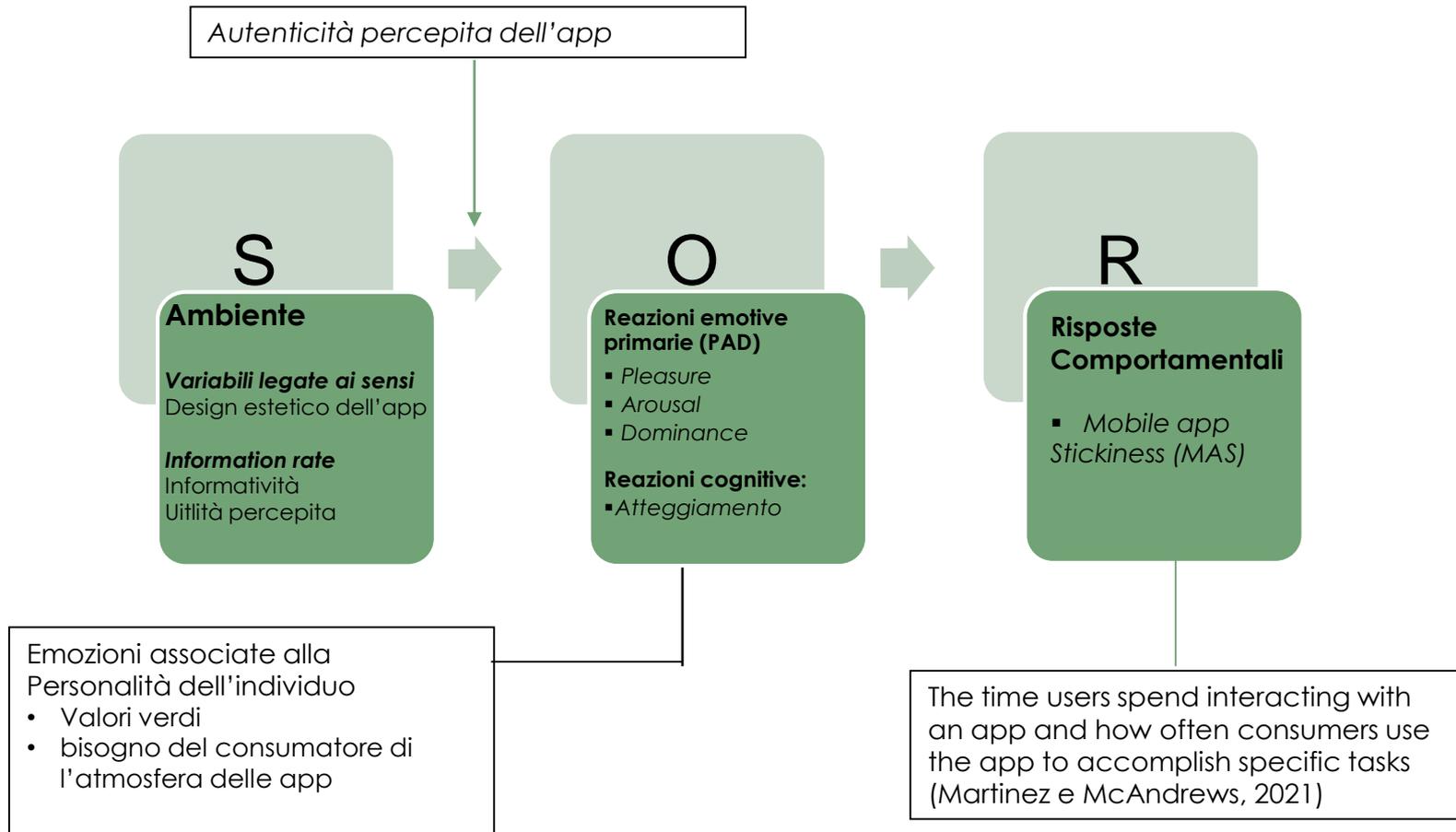
- ▶ Perché è importante usare il modello PAD e le sue estensioni nell'ambito delle app per la moda sostenibile online
 - Spiegare bene il modello originale, con i suoi adattamenti e applicazioni negli ambiti di utilizzo dell'online
 - Perché è utile usarlo in questo particolare contesto

Metodologia

Descrizione del Research design



Declinazione del modello di M-R alle app mobili per l'acquisto on line di prodotti di moda sostenibile



Quesiti di ricerca

In seguito all'utilizzo dell'App:

Come valuta il campione le componenti dell'atmosfera dell'app X o Y ?

- ▶ Il design estetico
- ▶ La capacità informativa
- ▶ Gli aspetti utilitaristici
- ▶ Quali reazioni Emotive dichiara in termini di:
 - ▶ Pleasure
 - ▶ Arousal
 - ▶ Dominance
- ▶ Quale reazioni cognitive:
 - ▶ Atteggiamento dichiarato e livello di soddisfazione?
- ▶ Quali risposte comportamentali dichiara di voler attuare?
 - ▶ Approach (MAS, riutilizzo dell'app)
 - ▶ Avoidance (abbandonare l'app, non consigliarla ecc.)
- ▶ Quali correlazioni ci sono tra questi fattori (intra gruppo; es. tra le componenti dell'atmosfera, reazioni emotive, cognitive e comportamentali e inter gruppo: es. atmosfera e reazioni emotive ecc.)?
- ▶ Quali correlazioni tra le componenti ambientali, reazioni emotive e comportamentali?

Metodologia

- ▶ **Ricerca quantitativa:** descrizione del campione, del metodo di raccolta dati, del questionario quantitativo...

- ▶ **Caratteristiche campione:**
 - **Breve illustrazione della scelta del campione** (canali usati, luoghi ecc.)
 - **Descrizione delle caratteristiche del campione ottenuto** (socio-anagrafica con tabelle o grafici)
 - ▶ Campione ragionato di **consumatori italiani:**
 - **interessati al tema della moda sostenibile**
 - Utilizzatori di **app mobili per l'acquisto di prodotti di moda** (focus su gruppi FB, Instagram delle app , su forum tematici ecc.) ma **NON utilizzatori dell'App analizzata**
 - ▶ Focus su Gen X (1965-1980), su Gen Y (nati tra il 1981 e il 1996), e Gen Z (dai 18 ai 24 anni). Per quanto possibile cercare una distribuzione eterogenea tra queste tre. Ma importante NO SOLO STUDENTI
 - ▶ Vanno raccolti ed elaborati **almeno 10 questionari utili (completi) da ciascun membro del gruppo** (es. **totale di almeno 40 quest per gruppi** da 4 componenti):
 - ▶ Per quanto possibile eterogeneo rispetto alle altre caratteristiche socio demografiche.

Metodologia

Premessa

- ▶ Grazie per il tuo supporto alla ricerca che sto svolgendo all'interno del corso di Consumer behavior con il dip. DEAMS dell'Università degli Studi di Trieste sul tema delle app eco-sostenibili nel settore moda. Mi interessa conoscere la tua opinione sull'esperienza d'uso dell'App Good on you/Renoon, un app che può aiutarti a scegliere capi di moda sostenibili.
- ▶ **1. Fase di esplorazione:** Per questo motivo ora ti chiederò di scaricarti l'app e senza fare la registrazione esplorare l'app per qualche minuto **(dai 3 ai max 5 minuti)**.
- ▶ **2. Fase del compito di scelta:** immaginando che tu ora debba scegliere un maglione/felpa per il rinnovo del tuo guardaroba invernale, usa l'app come mediatore informativo per poi **selezionare un brand** che corrisponda a due parametri di scelta: max sostenibilità del capo e che ti possa sembrare in linea con quello che saresti disposto a spendere (es. prezzo medio). **Analizza le info che l'app ti fornisce su questo brand e poi termina il compito qui prima di cliccare sul sito del brand dove potresti acquistare il capo. (circa 8-10 minuti per farlo)**.
- ▶ **3. Fase di somministrazione del questionario:** ora dopo aver usato l'app ti farò alcune domande sulla tua esperienza d'uso

Metodologia (con Priming)

Premessa

1. Grazie per il tuo supporto alla ricerca che sto svolgendo all'interno del corso di Consumer behavior con il dip. DEAMS dell'Università degli Studi di Trieste sul tema delle app eco-sostenibili nel settore moda. Mi interessa conoscere la tua opinione sull'esperienza d'uso dell'App Good on you/Renoon, un app che può aiutarti a scegliere capi di moda sostenibili.

2. Lettura del PRIMING SU AUTENTICITA' dell'App:

- ▶ L'autenticità è al cuore della moda sostenibile. Significa che le marche si impegnano sinceramente a essere sostenibili e a rispettare standard elevati. Questo va oltre le semplici dichiarazioni di intenti e si traduce in azioni concrete, come l'uso di materiali ecologici, la produzione etica e la trasparenza. Quando scegli prodotti da marche autentiche, puoi essere certo che stai facendo scelte di acquisto sostenibili. Queste app sono progettate per aiutarti a individuare marche autentiche che seguono tali principi. Ora, mentre esplori l'app Good on you/Renoon, tieni presente l'importanza dell'autenticità e come questa guida la tua esperienza
- ▶ **3. Fase di esplorazione:** *Per questo motivo ora ti chiederò di scaricarti l'app e senza fare la registrazione esplorare l'app per qualche minuto (dai 3 ai max 5 minuti).*
- ▶ **4. Fase del compito di scelta:** immaginando che tu ora debba scegliere un maglione/felpa per il rinnovo del tuo guardaroba invernale, usa l'app come mediatore informativo per poi **selezionare un brand** che corrisponda a due parametri di scelta: max sostenibilità del capo e che ti possa sembrare in linea con quello che saresti disposto a spendere (es. prezzo medio). **Analizza le info che l'app ti fornisce su questo brand e poi termina il compito qui prima di cliccare sul sito del brand dove potresti acquistare il capo. (circa 8-10 minuti per farlo).**
- ▶ **5. Fase di somministrazione del questionario:** *ora dopo aver usato l'app ti farò alcune domande sulla tua esperienza d'uso*

Metodologia

Per ogni app Good on You/Renoon

Good on you		Renoon	
I gruppo: con prime Lettura testo priming informativo su autenticità dei messaggi dell'app	Il gruppo senza prime	I gruppo: con prime Lettura testo priming informativo su autenticità dei messaggi dell'app	Il gruppo senza prime
<p>1. Fase di esplorazione: Per questo motivo ora ti chiederò di scaricarti l'app e senza fare la registrazione esplorare l'app per qualche minuto (dai 3 ai max 5 minuti).</p> <p>2. Fase del compito di scelta: immaginando che tu ora debba scegliere un maglione/felpa per il rinnovo del tuo guardaroba invernale, usa l'app come mediatore informativo per poi selezionare un brand che corrisponda a due parametri di scelta: max sostenibilità del capo e che ti possa sembrare in linea con quello che saresti disposto a spendere (es. prezzo medio). Analizza le info che l'app ti fornisce su questo brand e poi termina il compito qui prima di cliccare sul sito del brand dove potresti acquistare il capo. (circa 8-10 minuti per farlo).</p> <p>3. Fase di somministrazione del questionario: ora dopo aver usato l'app ti farò alcune domande sulla tua esperienza d'uso</p>		<p>1. Fase di esplorazione: Per questo motivo ora ti chiederò di scaricarti l'app e senza fare la registrazione esplorare l'app per qualche minuto (dai 3 ai max 5 minuti).</p> <p>2. Fase del compito di scelta: immaginando che tu ora debba scegliere un maglione/felpa per il rinnovo del tuo guardaroba invernale, usa l'app come mediatore informativo per poi selezionare un brand che corrisponda a due parametri di scelta: max sostenibilità del capo e che ti possa sembrare in linea con quello che saresti disposto a spendere (es. prezzo medio). Analizza le info che l'app ti fornisce su questo brand e poi termina il compito qui prima di cliccare sul sito del brand dove potresti acquistare il capo. (circa 8-10 minuti per farlo).</p> <p>3. Fase di somministrazione del questionario: ora dopo aver usato l'app ti farò alcune domande sulla tua esperienza d'uso</p>	

Metodologia

- ▶ **Strumento di raccolta dei dati:** costruzione del questionario in google moduli seguendo l'ordine e i costrutti **indicati nel file pdf codebook e caricato su teams**

- ▶ Fase di **pre test** con se stessi e 1 soggetto **mandando alla docente il link per controllo**

- ▶ **Descrizione del questionario:**
 - Sintesi delle diverse sezioni e delle diverse misure con i riferimenti bibliografici illustrati sempre nel file pdf_codebook misure questionario in teams

Analisi dei dati

- ▶ **Illustrare come sono stati analizzati i dati (excel , SPSS ecc.)**

- ▶ **Descrizione dei risultati alla luce dei diversi quesiti con tabelle riassuntive:**
 - ▶ Medie e mediane dei singoli item e di tutti i diversi costrutti misurati (es media degli items e del costrutto valori verdi), correlazioni di Pearson e Spearman tra i diversi costrutti;
 - ▶ Tutto sintetizzato in diverse tabelle riassuntive

- ▶ **Discussione dei risultati alla luce dei diversi quesiti e della letteratura analizzata (inserire i riferimenti bibliografici dentro il testo)**

Conclusioni

► Implicazioni teoriche e manageriali

Questa ricerca vuole contribuire:

- Al dibattito teorico perché
- Offrire indicazioni manageriali affinché

► Limiti e suggerimenti per future nuove indagini

-
- ▶ **Bibliografia: citazione di tutte le fonti lette, citate nel testo e inserite poi i bibliografia finale** dietro ordine alfabetico di cognome, usando il sistema di citazione APA style <https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide>

Indice progetto

- ▶ **Abstract del progetto** (max 250 parole)

- ▶ **Introduzione:** al topic con esplicitazione degli obiettivi, del proprio contributo (gap colmato) dei principali quesiti e del metodo usato (ricerca quantitativa)

- ▶ **Fase della desk research (analisi dati secondari)**
 - **Background teorico: giustificazione del perché viene studiato** l'argomento alla luce della letteratura (lettura e citazione nel testo di tutti gli articoli disponibili su Teams ed integrazione con altre fonti da voi ricercate)

 - **Quesiti della ricerca: domande alle quali la ricerca mira a rispondere**

Indice progetto

Research design

Fase della Field research: ricerca quantitativa

- **Campione:**
 - Breve illustrazione della scelta del campione
 - Descrizione delle sue caratteristiche socio demografiche
- **Descrizione della modalità di raccolta** dei dati (uso di forum, gruppi etc)
- **Descrizione del questionario:**
 - Struttura
 - Inserire tabella con tutte le misure usate con tutti gli item e riferimenti (vedi file code book in pdf in Teams di ciascuna scala e citazione dei Riferimenti bibliografici)

Indice progetto

- ▶ **Analisi dei dati e discussione dei risultati**
 - **Illustrazione di** come sono stati analizzati i dati
 - **Descrizione dei risultati** mediante tabelle riassuntive, con medie, mediane e correlazioni
 - **Discussione dei risultati** alla luce degli **articoli della letteratura letti** (vanno citati nel testo tutti gli articoli)

Indice progetto

► Conclusioni

Si evidenziano i contributi dell'indagine:

- **Implicazioni teoriche:** quale contributo offrite al dibattito teorico?
- **Implicazioni manageriali:** quali suggerimenti per i manager, le istituzioni e i policy makers?
- **Limiti della ricerca e suggerimenti future indagini**

► Bibliografia (APA style)

Buon lavoro!