



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BRESCIA

*BYB Tech, una startup innovativa per gli sport estremi:
sviluppo e promozione del prodotto a partire dalla ricerca di mercato.*

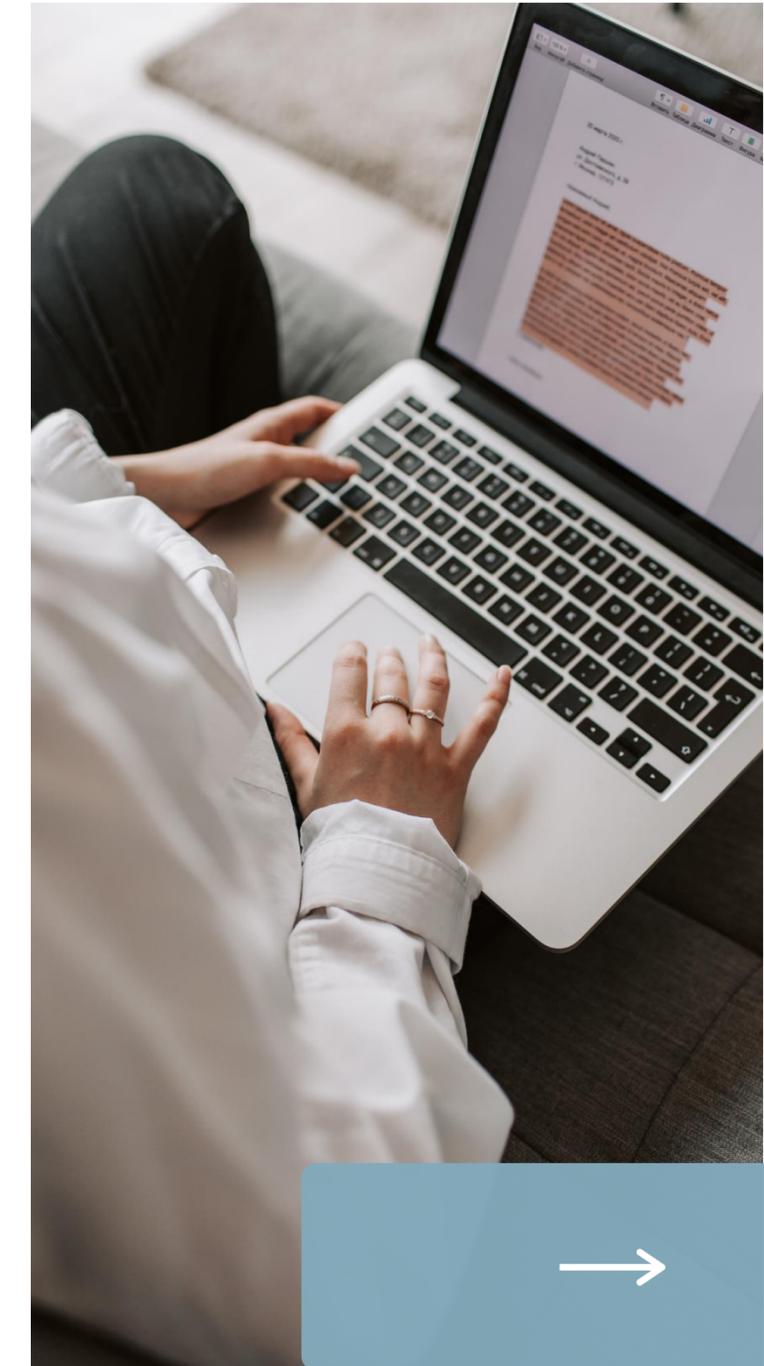
Relatrice:
Prof.ssa Paola Zuccolotto

Correlatrice:
Prof.ssa Marica Manisera

Laureanda:
Chiara Benuzzi
Matricola n. 726872

Anno Accademico 2020-2021





Studio del contesto e del prodotto

"Il primo **sistema di telemetria professionale** per mountain bike e motocross."



Prezzo di listino: a partire da **1549€**

2019

BYB Tech S.r.l. nasce a seguito di una campagna **Kickstarter**, per mezzo della quale raccoglie 34.000 euro.



ENRICO RODELLA

- Ingegnere;
- Campione Nazionale di Downhill nel 2018.

2020

Viene lanciata la v2.0, con l'estensione per la motocross.



STEFANO CALATI

- Fisico;
- Dottorando presso il Max Planck Institute di Berlino.

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

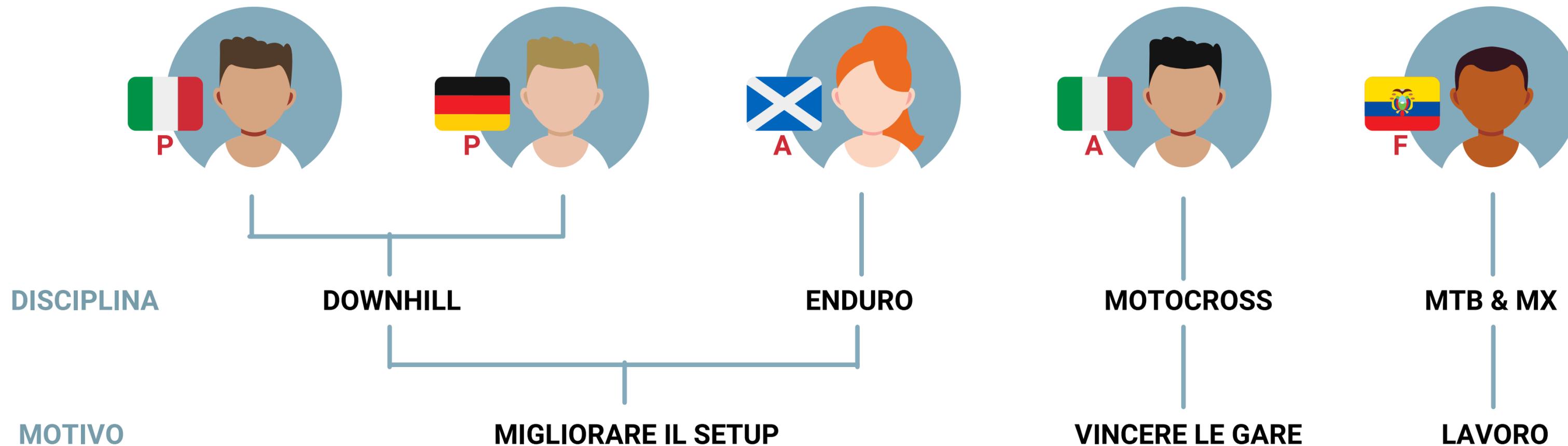
RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

Interviste con atleti

P = Professionista

A = Amatore

F = Fornitore di servizio



**SODDISFAZIONE
COMPLESSIVA**



5/5

**CRITICITÀ
COMUNE**



**APP &
SOFTWARE**

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

**INTERVISTE
CON ATLETI**

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

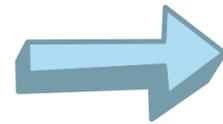
STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

Questionario e risultati preliminari

CLIENTELA

SODDISFAZIONE



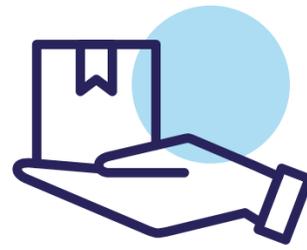
MARKETING PLAN



NEWSLETTER E
CLIENTI INDIRETTI

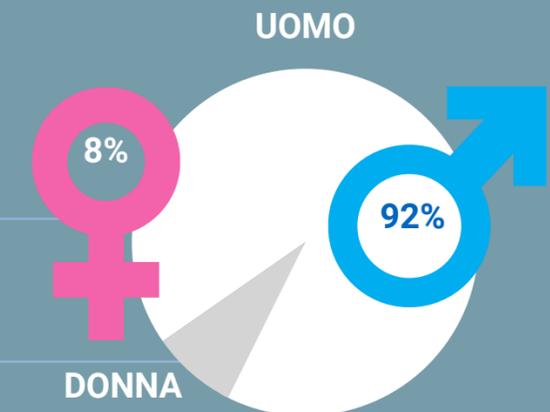
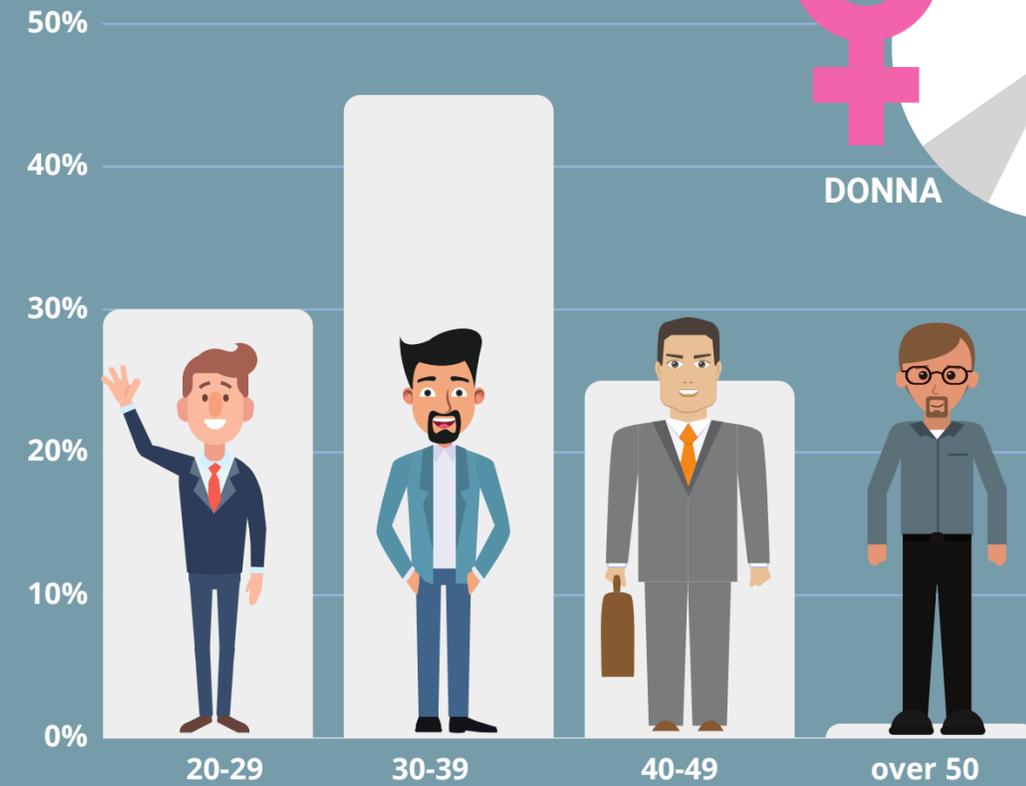


822 QUESTIONARI
(DUPLICE LINGUA)



CONVERSION RATE
PARI AL 35%

FOCUS SUL CAMPIONE



822

Da oltre 30 Paesi
del mondo

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

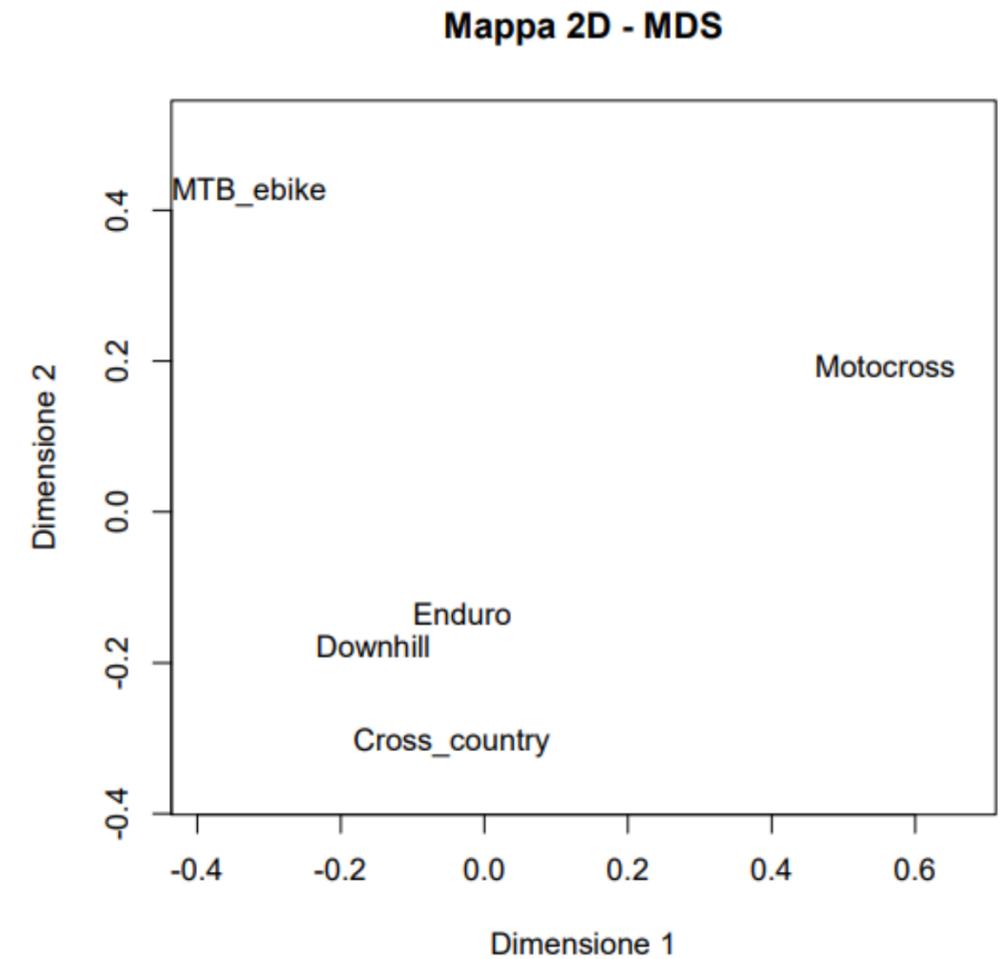
RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

Multidimensional Scaling



Matrice di dissimilarità "Sport" filtrata

SPORT	S1	S2	S3	S4	S5
S1
S2	0,86
S3	0,80	0,61	.	.	.
S4	0,85	0,72	0,72	.	.
S5	0,92	0,78	0,79	0,86	.



$$\delta = \frac{\text{Soggetti che svolgono uno sport all'interno delle coppie}}{N - \text{Soggetti che non svolgono alcuno sport nelle coppie}}$$

Minima dissimilarità = 0 Due sport sono considerati dissimili se non vengono praticati insieme.
Massima dissimilarità = 1



I soggetti che non svolgono alcuno sport tra quelli proposti nelle differenti coppie influenzano la misura di dissimilarità, rendendo più simile ciò che in realtà è opposto.

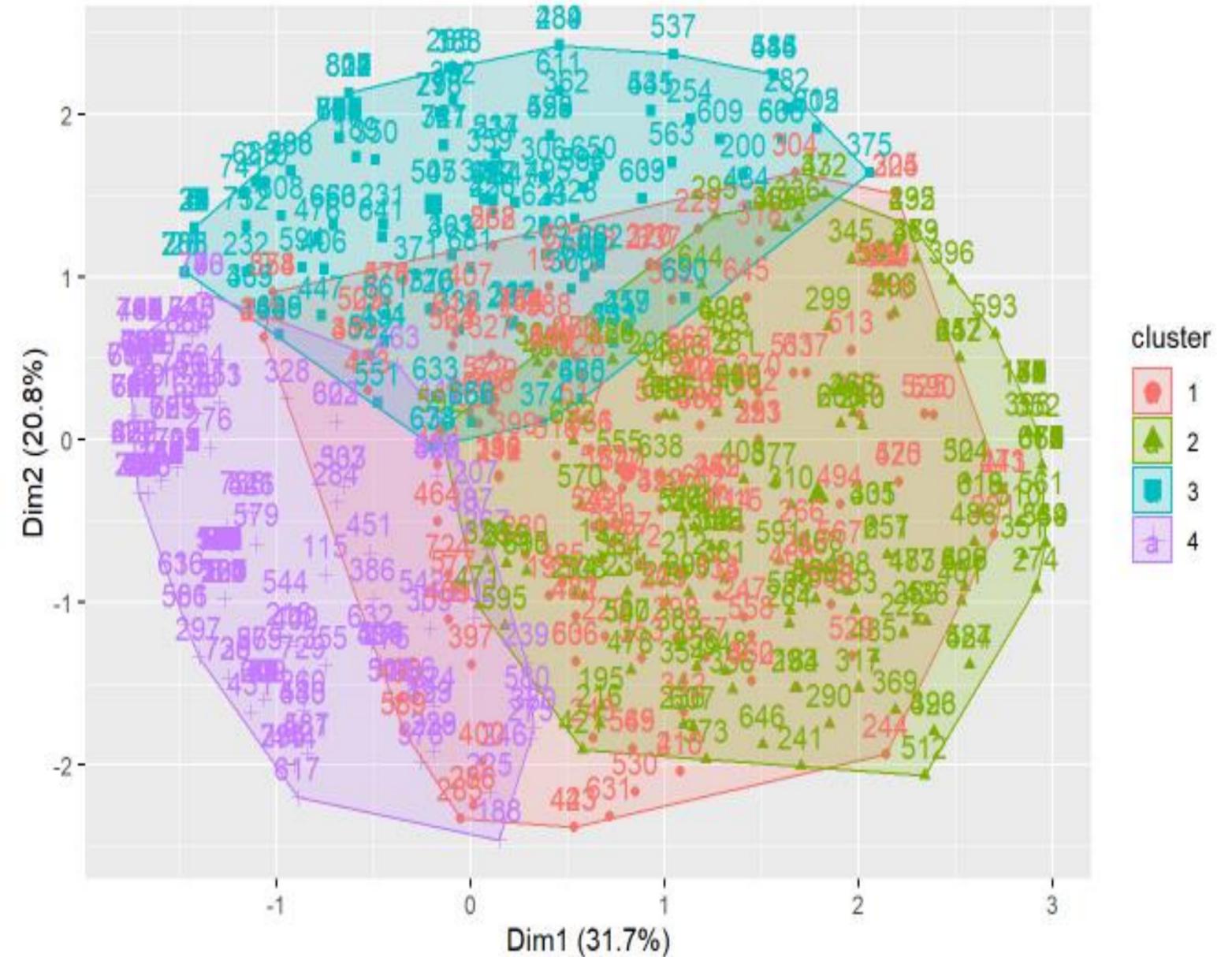
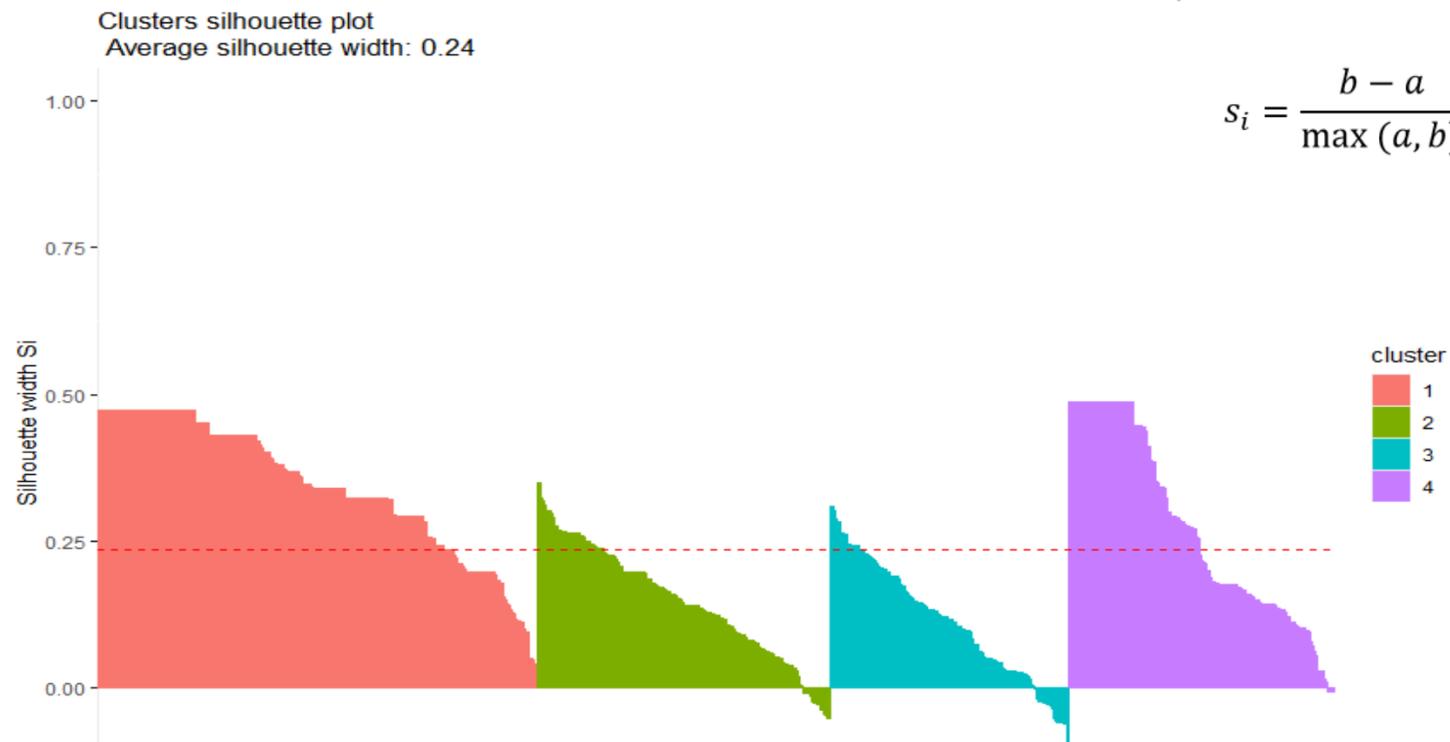
Cluster Analysis Cluster Validation

Internal Cluster Validation

Indice	Valore ottimale	k=4	k=5
Silhouette	1	0,24	0,25
Dunn	∞	0,16	0,17

$$\text{Dunn Index} = \frac{\min(\text{Inter cluster distance})}{\max(\text{Intra cluster distance})}$$

$$s_i = \frac{b - a}{\max(a, b)}$$



STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

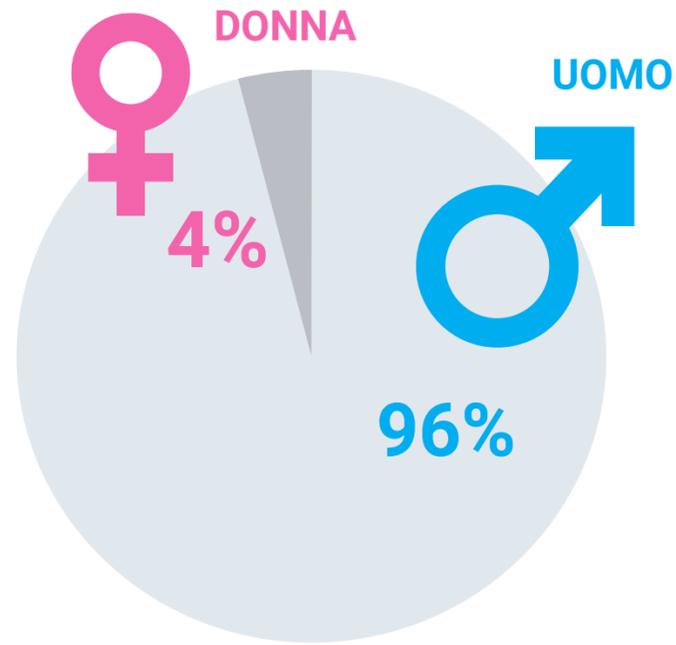
RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

"Scateniamoci"

CLUSTER
1



Miguel, 35 anni
Videomaker portoghese



QUANDO: UNA VOLTA A SETTIMANA

COSA: DOWNHILL

COME: LIVELLO AMATORIALE

COMPATTEZZA

NLPCA

Non Linear Principal Component Analysis



MOTIVI:

- Aspirazione del pilota: vincere le gare.



SODDISFAZIONE:

- Servizio.
- Condizioni d'acquisto.



SUGGERIMENTI:

- Migliorare l'app.
- Creare video tutorials.

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

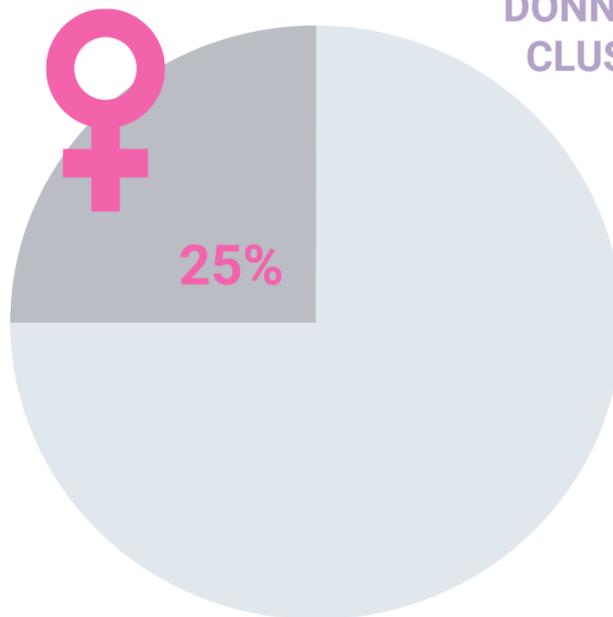
"È il risultato che conta"

CLUSTER
2



Anna, 28 anni
Team Manager italiana

DONNE
CLUSTER



QUANDO: IN PREPARAZIONE ALLE GARE

COSA: ENDURO

COME: LIVELLO AMATORIALE



UTILITÀ & EFFICIENZA

NLPCA

Non Linear Principal Component Analysis



MOTIVI:

- Aspirazione del pilota: vincere le gare.



SODDISFAZIONE:

- Mezzi tecnici per il raggiungimento degli obiettivi.
- Servizio.



SUGGERIMENTI:

- Ridurre il prezzo.
In media, costa 1733€.

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

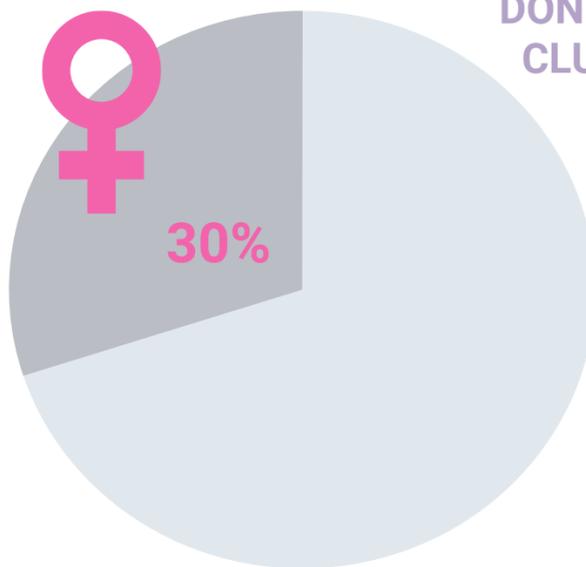
"Solo in apparenza"

CLUSTER
3



Leonie, 32 anni
Manager tedesca

DONNE CLUSTER



DONNE NEL CLUSTER

QUANDO: TUTTI I GIORNI

COSA: MOTOCROSS

COME: LIVELLO AMATORIALE



STATUS SYMBOL

NLPCA

Non Linear Principal Component Analysis



MOTIVI:

- Impulso all'utilizzo e/o all'acquisto: curiosità.



SODDISFAZIONE:

- Mezzi tecnici per il raggiungimento degli obiettivi.
- Condizioni d'acquisto.



SUGGERIMENTI:

- Far conoscere le forme di supporto.
- Più tutorials.

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

**BUYER
PERSONAS**

STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

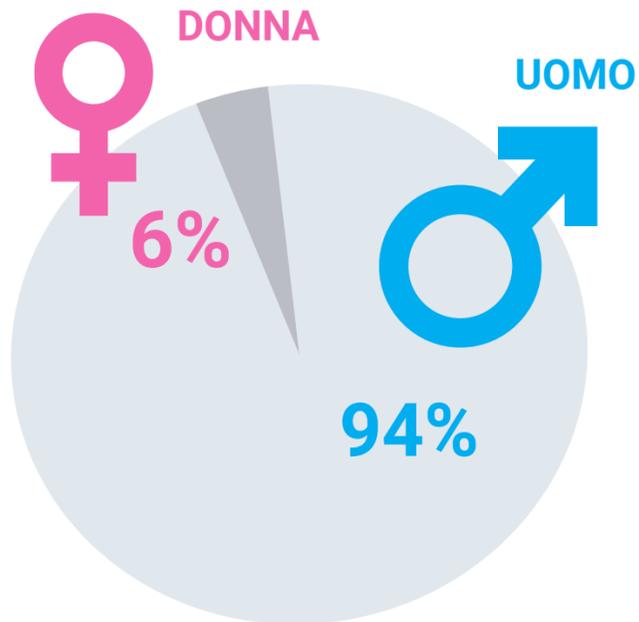
"La qualità prima di tutto"

CLUSTER
4



Olli, 25 anni
Suspensionista finlandese

KICKSTARTER



QUANDO: TUTTI I GIORNI

COSA: CROSS COUNTRY

COME: FORNITURA DI SERVIZIO

 **QUALITÀ**

NLPCA

Non Linear Principal Component Analysis



MOTIVI:

- Impulso all'utilizzo e/o all'acquisto: lavoro.



SODDISFAZIONE:

- Mezzi tecnici per il raggiungimento degli obiettivi.



SUGGERIMENTI:

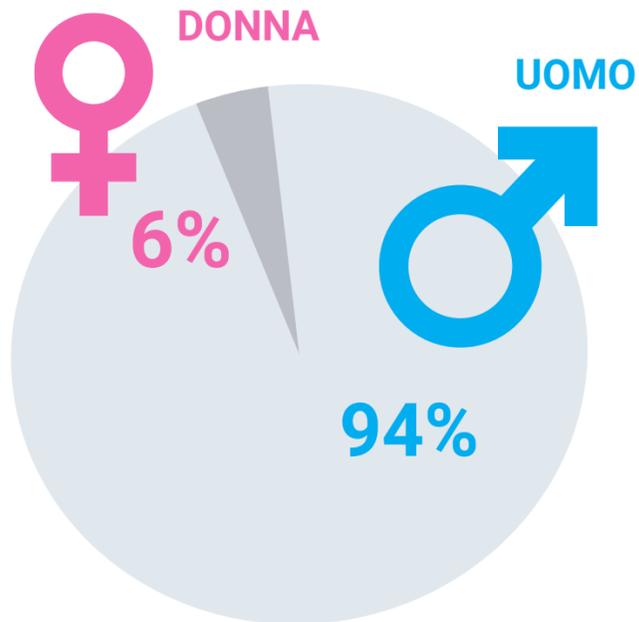
- Ridurre il prezzo.
In media, costa 1733€.

"Utile purch  sia facile"

CLUSTER
5



Adam, 44 anni
Meccanico canadese



QUANDO: TUTTI I GIORNI

COSA: MTB & MX

COME: FORNITURA DI SERVIZIO



UTILITÀ & FACILITÀ

NLPCA

Non Linear Principal Component Analysis



MOTIVI:

- Potenziamento prestazionale.



SODDISFAZIONE:

- Superiore alla media per ciascun aspetto del sistema.



PASSAPAROLA

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

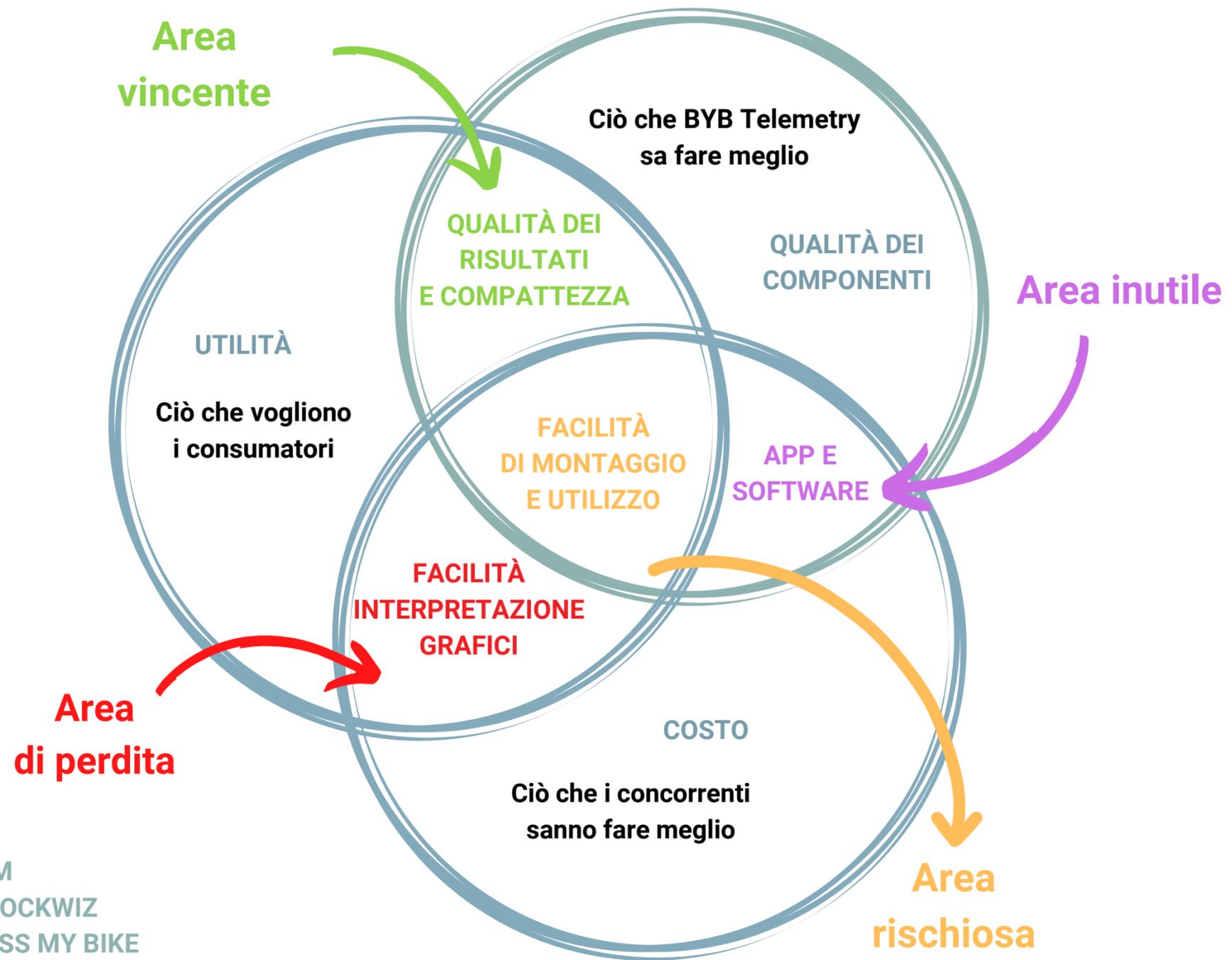
ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

NLPCA "Concorrenza"



PROGETTO BYBLE

+5 Kit venduti

AIM
SHOCKWIZ
SUSS MY BIKE
MOTION INSTRUMENT

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

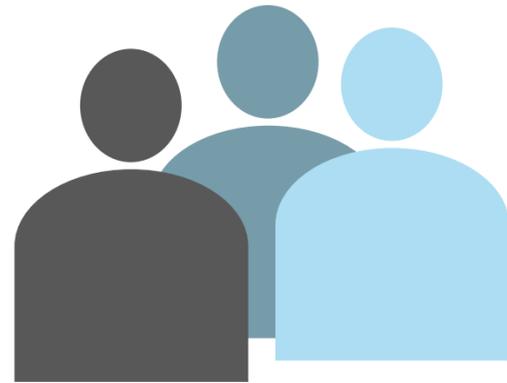
STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

Implementazioni tecniche e tecnologiche



SENSORI FRENO
ANALOGICI



CREAZIONE DEI PROFILI
DEI SINGOLI CLIENTI



LAP MANAGER &
MAPS CHARACTERISTICS



SINCRONIZZAZIONE
DELL'ACTION CAM CON I DATI

+3 Kit
venduti

Brand awareness



SPONSORIZZAZIONE E
TITOLO DI CAMPIONE
NAZIONALE



MEDAGLIA D'ARGENTO
PER MARINE CABIROU



SOCIAL NETWORKS



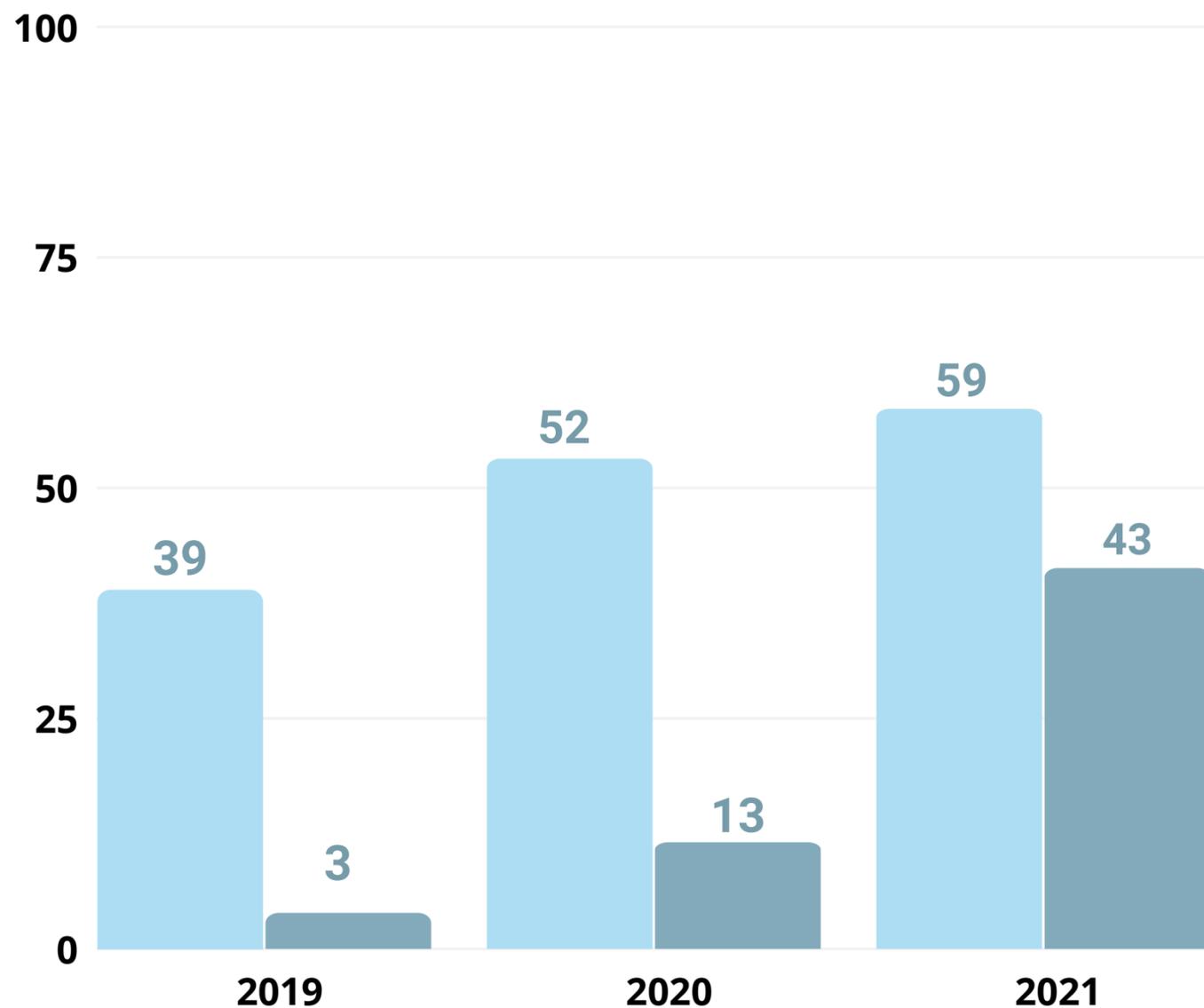
FIERE E MATERIALI

+11 Kit totali
venduti

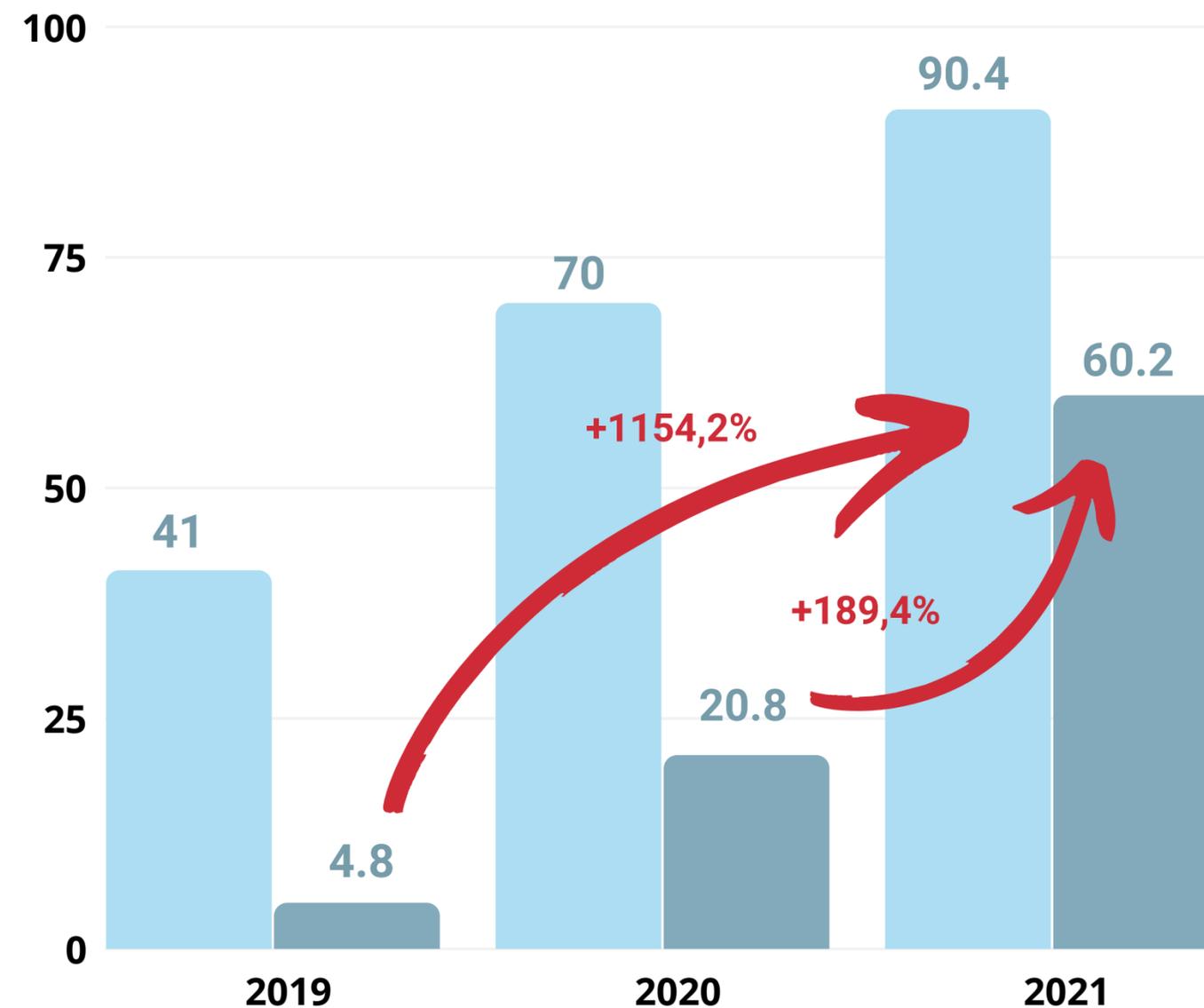
Risultati di vendita - BYB Telemetry

VENDITE TOTALI
ANNUE

VENDITE NEL PERIODO DI TIROCINIO
(MARZO-AGOSTO)



DATI ESPRESSI IN **NUMERO DI KIT VENDUTI**



DATI ESPRESSI IN **MIGLIAIA DI EURO**

Fonte: Database aziendale

STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI

Considerazioni finali



TREND
CRESCENTE
DELLE VENDITE



PROSPETTIVA
OTTIMALE DI
REDDITIVITÀ



STUDIO DEL CONTESTO
E DEL PRODOTTO

INTERVISTE
CON ATLETI

QUESTIONARIO

ANALISI
STATISTICA

BUYER
PERSONAS

STRATEGIE
DI MARKETING

RISULTATI E
CONSIDERAZIONI



BYB
TELEMETRY

BOXER

BYB
TELEMETRY