

ANCHE QUEST'ANNO,

siamo andati a guardare come il romanticismo impatta sui supermercati.

L'abbiamo fatto attraverso i nostri amati Ferrero Rocher.



MA ABBIAMO NOTATO QUALCOS'ALTRO...

Il 14 febbraio 2023 l'amore ha avuto un rivale in campo: il calcio!



STADIO O DIVANO CON AMICI, INVECE DELLA CLASSICA CENA ROMANTICA?

Sembra proprio di sì! Nel S. Valentino 2023, giorno in cui Milan-Tottenham ha giocato da terzo incomodo, le vendite dei cioccolatini sono state inferiori: -74% rispetto al 2024.



INSOMMA, SE C'È DA TIFARE ALLO STADIO O DAVANTI ALLA TV, QUALCHE INNAMORATO SI GIOCA UN PO' DI DOLCEZZA!

SE È VERO CHE IN AMORE NON CI SONO VINCITORI, ABBIAMO NOTATO CHE FORSE NEL MONDO DEI DOLCI SÌ!

ANALIZZANDO LA VARIABILE CONCORRENZA:

i cioccolatini Ferrero battono i Baci Perugina con un +19% di vendite durante San Valentino.



ABBIAMO INDIVIDUATO DUE CATEGORIE DI INNAMORATI:

1. I programmatori: probabilmente amano personalizzare il regalo scegliendo cioccolatini sfusi: +425% di vendite nella settimana prima di S. Valentino [rispetto alle box "già pronte" Ferrero]



2. I ritardatari: rispetto al -8% della settimana prima, le box Ferrero registrano un +103% nel giorno stesso di San Valentino.



Smemorati sì, ma pur sempre innamorati!

Abbiamo anche messo a confronto le festività "non ufficiali"

S. Valentino e Festa della Donna VS le tradizionali Halloween ed Epifania.



I risultati sono sorprendenti, infatti le vendite dei prodotti Ferrero il 14 febbraio e l'8 marzo sono maggiori:

+71% di vendite rispetto a quelle registrate per Halloween ed Epifania.



E SE, OLTRE A UNA PARTITA,

fosse la pioggia a influenzare San Valentino, rendendolo un giorno più pigro? Che impatto avrebbe sulle vendite dei tuoi prodotti, magari una minore voglia di uscire a comprare cioccolatini?

Con Delphi, la nostra piattaforma alimentata da tecnologia Machine Learning, possiamo anticiparlo.

