Category entry points

le occasioni che richiamano un fornitore

Trovarle, sceglierle e misurare le associazioni con la marca

1 Un CEP descrive una situazione d'acquisto

Non è ancora un CEP	La situazione che lo è
Un ruolo: «Responsabile acquisti»	**«Ci serve un secondo fornitore per un componente critico»**
Un problema: «Le consegne arrivano in ritardo»	**«Prima del picco stagionale dobbiamo evitare nuovi ritardi»**
Una ricerca: «Servizio paghe estero»	**«Abbiamo assunto personale anche all'estero»**

Esempi costruiti dell'articolo. La stessa situazione può generare molte ricerche diverse su Google.

Scrivilo con le parole di chi compra
«quando dobbiamo…», «in occasione di…», «per riuscire a…»

2 Dagli indizi alle occasioni su cui puntare

Indizi: richieste di preventivo, email, assistenza, chi vende

Racconti di acquisti recenti, anche di chi ha scelto altri

Confronto con le tracce: ricordo, documento, deduzione

Formulazioni equivalenti raggruppate

↓

5–8 CEP
da sviluppare con continuità nel tempo

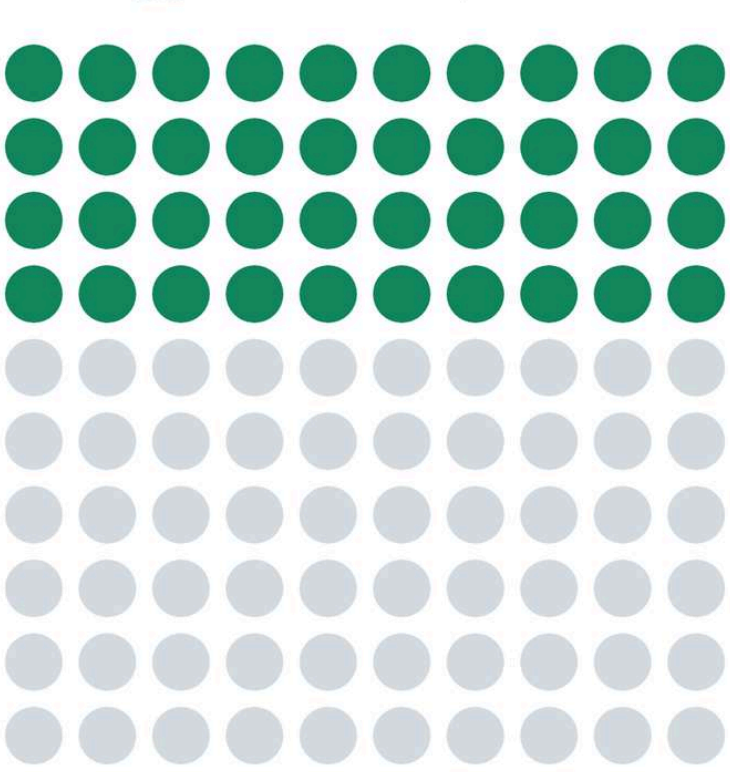
Indicazione del rapporto di Romaniuk del 2022: non è il numero totale dei CEP di una categoria.

Interviste	Indagine
aiutano a scoprire le occasioni: in pochi colloqui la frequenza resta un indizio	sugli acquirenti della categoria, anche non clienti: dice quanto le occasioni sono diffuse

Scegli dove puoi rispondere bene e portare prove
l'occasione più frequente non è per forza la migliore

3 Misurare le associazioni: conta il denominatore

Sondaggio su 100 acquirenti della categoria, numeri costruiti



40%
penetrazione mentale: 40 persone su 100 associano la marca ad almeno una situazione

3 CEP per persona
ampiezza della rete: 120 collegamenti marca-CEP ÷ le 40 persone che associano la marca

Clic e contatti non misurano il ricordo della marca
leggi a parte i risultati di clienti e non clienti

Fonte: Romaniuk, Ehrenberg-Bass Institute (2022); numeri costruiti

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Category entry points nel B2B: che cosa sono e come usarli
https://www.klc.it/blog/dati-e-misurazione/category-entry-points-b2b/