

DronEx - FESR1048

terracube
eurac research

Deliverables di progetto

Ed. n. 1
Rev. n. 0

Pag. 4

efre·fesr
Südtirol · Alto Adige
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
Fondo europeo di sviluppo regionale



AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE

Deliverable 5.3

WP5: Apertura del servizio

Piano marketing

Edizione n. 1
Revisione n. 0

Preparato da
Dott. Andrea VILARDI
(Responsabile Tecnico)

Approvato da
Dott. Andrea VILARDI
(Responsabile Tecnico)

Data 12/02/2021

DronEx - FESR1048



Deliverables di progetto

Ed. n. 1
Rev. n. 0

Pag. 4

Stato di aggiornamento

Edizione / Revisione	Data	Note
Ed. 1/ Rev. 0	12/02/2020	

Numero di pagine valide

Questo documento è costituito complessivamente da **4** pagine.

Sommario

Stato di aggiornamento	2
Numero di pagine valide.....	2
Premessa	4
Identificazione della proposizione di valore	4
Target del marketing.....	4
Strumenti del marketing.....	5
Tempistiche del marketing	5

Premessa

Il seguente piano di marketing rappresenta una traccia di lavoro per le attività del WP5 e per successive fasi di contatto con aziende del settore degli UAV potenzialmente interessate all'esecuzione dei test.

La sua implementazione è quindi da intendersi in un arco temporale ben più ampio della durata di progetto; ciò rappresenta un elemento di garanzia di qualità dell'impatto del progetto medesimo.

Identificazione della proposizione di valore

Il settore degli UAV in ambito civile è suddiviso in due grandi aree: il settore dell'intrattenimento da una parte e tutti gli altri utilizzi di tipo professionale dall'altra. Per quanto riguarda i test sviluppati all'interno del progetto DronEx, il valore aggiunto che questi possono portare riguarda primariamente gli UAV utilizzati per scopi professionali (monitoraggio ambientale, sicurezza infrastrutture, agricoltura precisione, trasporto beni, etc.).

I droni oggetto di test potranno essere utilizzati con maggiore consapevolezza, derivante dalle informazioni di test e relative possibili migliorie, in operazioni in ambienti ostili, in particolar modo in montagna.

Le aziende interessate a svolgere i test desiderano conoscere con un miglior grado di precisione le performance della propria macchina al variare delle condizioni ambientali, riducendo i rischi dovuti a perdita di potenza e riduzione della durata della batteria durante l'operazione medesima.

Tali informazioni e migliorie possono aprire nuovi mercati per le aziende beneficiarie, in quanto sarà possibile per loro presentarsi come maggiormente strutturate per operazione dove soluzioni di UAV standard non possono garantire elevati standard di qualità e sicurezza.

Target del marketing

Le tipologie di aziende individuate come target del marketing sono di due tipi:

1. Costruttori di UAV ad alto valore aggiunto;
2. Utilizzatori di UAV in operazioni ad alto rischio.

Afferiscono alla prima categoria tutte le aziende altoatesine coinvolte sin dal principio nel progetto. Alcune di esse hanno svolto test in camera su loro macchine o singoli componenti. Da tali informazioni è stato per loro possibile derivare migliorie utili allo sviluppo del prodotto.

Ci si è successivamente rivolti, grazie alla rete di contatti dell'unità Automotive del NOI TechPark, al gruppo "UAV DACH", ente che riunisce i principali attori (primariamente aziende) del settore UAV nell'area DACH. Con la realtà dell'UAV DACH si è proceduto sia ad una conoscenza diretta, partecipando ad alcuni incontri di persona, sia con la diffusione di un questionario con il quale raccogliere informazioni in merito a potenziale interesse.

UAV DACH rappresenta un campo di futuro sviluppo per la definizione di un bacino internazionale di utenti del servizio.

Da ultimo il target degli utilizzatori di UAV si è chiaramente definito durante le presenze del personale di progetto presso le fiere internazionali di settore (Londra e Stoccarda, 2019). In tali sedi, oltre ad una serie di incontri con aziende produttrici di droni, sono stati parallelamente effettuati ulteriori incontri con soggetti utilizzatori. Sono state quindi raccolte importanti informazioni in merito a dettagli di utilizzo di UAV che ci rafforzano nella pianificazione dei test e nelle migliorie dei protocolli sviluppati.

Un esempio su tutti è stato il contatto intrecciato con il cluster finlandese di “Artic Drone Labs”. L’utilizzo dei droni in Finlandia, pur senza le problematiche associate all’alta quota, è soggetto alle difficoltà legate alle basse temperature tipiche dell’aria. È intenzione degli scriventi consolidare anche negli anni a venire la reciproca conoscenza e ampliare anche a quell’area la possibilità di eseguire i test in terraXcube.

Strumenti del marketing

La tipologia di azioni di marketing è stata prevalentemente di tipo B2B. Gli strumenti del marketing che si sono rivelati maggiormente efficaci sono stati quelli con i quali è stato possibile comunicare nel modo più diretto possibile i contenuti del progetto e dei servizi offerti.

I principali strumenti utilizzati sono stati:

1. Video;
2. Brochure;
3. Sito;
4. Presentazioni;
5. Pubblicazioni scientifiche a supporto della spiegazione dei dettagli di test.

Tali strumenti saranno altresì utilizzati in futuro per la comunicazione relativa ai servizi. A tali strumenti si aggiungerà la documentazione video-fotografica di ulteriori test in previsione nei prossimi mesi.

Uno strumento che riteniamo sarebbe potuto risultare utilissimo per la comunicazione delle potenzialità del servizio avrebbe potuto essere l’organizzazione di visite guidate in loco da parte di aziende ed enti interessati. Tale opzione è tuttavia sospesa a causa delle limitazioni imposte dalla pandemia in corso.

Tempistiche del marketing

Per quanto riguarda la progettazione delle tempistiche per future azioni di marketing, un piano dettagliato non è stato formulato, in attesa di conoscere l’evoluzione della pandemia e delle relative misure di contenimento.

Tuttavia sono noti e ben chiari gli elementi che comporranno tale roadmap:

1. Presenza a ulteriori fiere internazionali di settore;
2. Visite presso aziende potenzialmente interessate e inviti a visitare terraXcube;
3. Aggiornamento del materiale di marketing non appena sarà possibile svolgere nuovi test (sospesi anch’essi per molte aziende a causa della pandemia).

Un aggiornamento del piano marketing, con approfondimenti rispetto anche alle risorse associate, è previsto per fine 2021.