

MILANO - Aprile - Maggio 2004

TUTOR DEL CORSO:
Maria Teresa Crisci

Sede del corso: Doriagrandhotel
Viale A. Doria, 22 - 20124 - Milano

ASSIRM

Associazione tra Istituti di Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione, Ricerca Sociale

LE RICERCHE DI MERCATO

Fondamenti per la gestione e l'uso delle Ricerche di Mercato nelle aziende di Beni di Consumo, Beni Durevoli, Servizi e negli Enti Pubblici.

Moduli Base

I fondamenti delle ricerche Qualitative e Integrate (21 - 22 aprile)

I fondamenti delle ricerche Quantitative (28 - 29 aprile)

Approfondimenti

Le ricerche per sviluppare i Nuovi Prodotti (11 maggio)

Le ricerche per gestire e ottimizzare i Prodotti Esistenti (12 maggio)

Le ricerche sulla Comunicazione e la Pubblicità (13 maggio)

Applicazioni

Le ricerche nel settore Salute e Benessere (19 maggio)

Le ricerche nel settore Finanziario (20 maggio)

Il corso si svolgerà con la partecipazione di:



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



ASSOCOMUNICAZIONE
Associazione delle Imprese di Comunicazione

Assirm
Via Larga, 13
20122 Milano
Tel. 02.58315750
Fax 02.58315727
<http://www.assirm.it>
E-mail: info@assirm.it

L'ASSIRM, nata nel 1991, rappresenta attualmente 36 fra i maggiori Istituti italiani di ricerche di mercato, sondaggi di opinione, ricerca sociale.

Gli istituti associati ad ASSIRM sono società private, indipendenti, senza sovvenzioni pubbliche, dotate di organizzazione e tecnologie adeguate, in possesso di conoscenze tecniche e metodologiche collaudate e, soprattutto, di risorse umane di alto livello.

Oltre a contribuire al miglioramento della qualità dei servizi, ASSIRM diffonde le informazioni sull'attività degli Istituti, sui principi che presiedono al lavoro e sull'affidamento delle tecniche adottate.

Gli Istituti ASSIRM sono impegnati al rispetto di un codice deontologico molto articolato, e di standard di qualità formalizzati e certificati ISO 9000.

ASSIRM ha costituito ASSIRM Servizi S.r.l., una società che provvede alla realizzazione di servizi e progetti coerenti con le finalità dell'Associazione.

Moduli Base

- 09.00 Benvenuto Assirm e presentazione del corso**
Luigi Ferrari, Presidente
- 09.20 Principi e applicazioni della ricerca qualitativa**
Carlo Santucci - RQ Ricerche Qualitative
- 11.20 Coffee break**
- 11.40 La gestione e l'apporto delle ricerche qualitative nel Marketing Information d'azienda**
Luisa Pogliana - A. Mondadori
- 13.00 Pausa pranzo**
- 14.15 Le ricerche qualitative e il marketing**
A. Claudio Bosio - Eurisko e docente universitario
- 15.40 Pausa**
- 16.00 Modelli interpretativi della ricerca qualitativa: psicologico e sociologico**
Rossana Dell'Isola - Research International
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**

Moduli Base

- 09.00 Il ruolo delle associazioni professionali nel mondo della ricerca**
Cecilia Gobbi - Consigliere EFAMRO
- 09.20 Il modello semiotico e sue applicazioni**
Joseph Sassoon - Alphabet
- 10.40 Coffee break**
- 11.00 Esempi di integrazione nelle tecniche della ricerca qualitativa**
Francesca Montorsi - Rizzoli Larousse
- 12.00 Le ricerche integrate e l'esempio Assirm**
Mario Abis - Makno & C.
- 13.15 Pausa pranzo**
- 14.30 La segmentazione quali-quantitativa**
Silvio Siliprandi - Eurisko
- 16.00 Pausa**
- 16.20 La ricerca qualitativa e Internet**
Riccardo Vigliani - People the Research Partner
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**

Moduli Base

- 09.00 Il nuovo ruolo delle Ricerche Sociali e di Marketing nel contesto italiano attuale**
Paolo Sari - Consigliere Assirm
- 09.20 Le ricerche quantitative e il marketing**
Michele Gnecci - Ricerche Valdani Vicari
- 10.40 Coffee break**
- 11.00 La gestione e l'apporto delle ricerche quantitative nel Marketing Information d'azienda**
Massimo Cesaretti - Ferrero
- 12.00 Le fonti statistiche per il marketing e le ricerche**
Andrea Vannucci - Alma A.L.E.P.S. Academy of Law, Economics and Political Sciences
- 13.15 Pausa pranzo**
- 14.30 L'utilizzo dei panel nel Marketing Information**
Ludovico Galimberti - IRI Infoscan
- 15.40 Pausa**
- 16.00 Il disegno campionario: cenni di metodo e applicazioni**
Bruno Sfogliarini - IMS Health e docente universitario
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**

Moduli Base

- 09.00 **Assirm e la qualità delle ricerche**
Salvatore Limuti - Consigliere Assirm
- 09.20 **I diversi strumenti di ricerca quantitativa: obiettivi e risultati**
Vilma Scarpino - Doxa
- 10.40 **Coffee break**
- 11.00 **Il questionario e le domande**
Paolo Sergardi - Gruppo Pragma
- 12.00 **Introduzione alle analisi statistiche multivariate**
Stefano Draghi - docente universitario
- 13.15 **Pausa pranzo**
- 14.30 **Trattamento dei dati statistici e presentazione dei risultati**
Nicola Aufiero - Ipsos-Explorer
- 16.00 **Pausa**
- 16.20 **La ricerca quantitativa e Internet**
Diego Martone - SWG
- 17.45 **Discussione e osservazioni sulla giornata**

- 09.00 Innovazione, motore dell'industria di Marca**
Silvio Paschi - Resp. Area Consumatore Centromarca
- 09.20 Il ruolo delle ricerche nello sviluppo dei nuovi prodotti**
Filippo Nardi - Lever Fabergé
- 10.30 Coffee break**
- 10.50 Concept e product test per il largo consumo**
Ermanno Brivio - Research International
- 11.50 Dalla segmentazione alle ricerche sull'innovazione di prodotto**
Tommaso Pronunzio e Francesco Manzitti - Ales Market Research
- 13.00 Pausa pranzo**
- 14.15 Come verificare la qualità di un prodotto**
Giancarlo Bonora - People the Research Partner
- 15.30 Pausa**
- 15.50 Come lanciare prodotti di successo nel mondo dell'Auto e dei Beni Durevoli**
Andrea Galimberti e Lorenzo Lodigiani - TNS Infratest
- 16.50 Dopo il lancio del prodotto: ricerche sul punto vendita e sul processo**
Massimo De Benedittis - A.M.T Consulting
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**

- 09.00 La gestione attenta del patrimonio aziendale: prodotti e clienti**
Silvestre Bertolini - Vice Presidente Assirm
- 09.20 Le ricerche sul portafoglio prodotti: l'esperienza d'azienda**
Lorenza Menduto - Kraft Food Europe
- 10.40 Coffee break**
- 11.00 Le ricerche ad hoc per l'ottimizzazione dei prodotti**
Mario Ravasio - TNS Abacus
- 13.00 Pausa pranzo**
- 14.15 Come valorizzare il patrimonio della marca**
Patrick Standen - GFK CBI
- 15.40 Pausa**
- 16.00 La customer satisfaction di beni e servizi**
Leonardo Abbruzzese - Unicab Italia
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**

- 09.00 Benvenuto Assirm/Assocomunicazione**
Luigi Ferrari , Presidente Assirm - Enrico Montangero, Presidente Assocomunicazione
- 09.30 Come stanno cambiando i modi e i supporti di comunicazione**
Emanuele Pirella - Lowe Pirella
- 10.40 Coffee break**
- 11.00 La segmentazione della comunicazione e il ruolo delle ricerche in una grande agenzia pubblicitaria**
Alberto Pedrazzini - Armando Testa
- 12.00 La scelta e l'ottimizzazione dei messaggi nei pre-test**
Jennifer Hubber - IpsosASI
- 13.15 Pausa pranzo**
- 14.30 Come sviluppare e verificare una campagna di successo**
Gianfranco Lepore - Ferrovie dello Stato
- 15.40 Pausa**
- 16.00 Advertising Tracking: come monitorare il ROI delle attività di marketing e comunicazione**
Mario Attalla - Millward Brown
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**

- 09.00 Marketing e Ricerche per la Salute e il Benessere**
Maurizio Chiesura - Presidente AISM
- 09.20 Il contributo delle ricerche di mercato al marketing dei prodotti OTC**
Marco Biroli - Roche
- 10.20 Coffee break**
- 10.40 Il contributo delle ricerche di mercato al marketing dei prodotti etici**
Sabrina Sottani - Pfizer Italia
- 11.40 L'evoluzione dei bisogni e la salute degli italiani**
A. Claudio Bosio - Eurisko e docente universitario
- 13.15 Pausa pranzo**
- 14.15 Dalla segmentazione alle ricerche sui prodotti**
Lorenzo Brambilla e Anna Censi - IMS Health
- 15.30 L'utilizzo dei consumer panel in ambito farmaco da banco**
Marzia Zucchi - consulente
- 16.10 Pausa**
- 16.30 L'apporto delle ricerche al marketing della bellezza**
Laura Migliore - L'Oréal Saipo
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**

- 09.00 Marketing, comunicazione e ricerche nel settore finanziario**
Gianni Cottardo, Presidente TP
- 09.30 Gli italiani e il risparmio**
Relazione di scenario Aism
- 10.40 Coffee break**
- 11.00 Testimonianza aziendale**
- 12.00 La disponibilità del risparmio è legata al clima d'opinione?**
Nando Pagnoncelli – Ipsos Group
- 13.00 Pausa pranzo**
- 14.15 Le ricerche ad hoc per i prodotti finanziari**
Alberto Aliverti e Sara Tovazzi – TNS Infratest
- 15.40 Pausa**
- 16.00 La customer satisfaction dei servizi finanziari**
Gabriella Calvi Parisetti – Eurisko
- 17.45 Discussione e osservazioni sulla giornata**



Informazioni Operative

Segreteria Organizzativa:
Comunicazione d'Impresa
tel. 02-58100888
tel. 02-58100457
fax 02-83201816
E-mail: comim@tin.it

Sede del corso:

Doriagrandhotel - Viale A. Doria, 22 - 20124 Milano

Metropolitana: Caiazzo (linea verde) Loreto (linea rossa)

Per i pernottamenti è prevista una tariffa preferenziale per i partecipanti ai corsi.

Per prenotazioni rivolgersi alla Segreteria Organizzativa.

Orario del corso: 9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.00

Collaborazione editoriale di:



Mediaforum
Mogazine settimanale di comunicazione marketing e media business

**Barrare i moduli/giornate
che interessano:**

- 21 aprile - 22 aprile:**
I fondamenti delle Ricerche
Qualitative e Integrate
- 28 aprile - 29 aprile:**
I fondamenti delle Ricerche Quantitative
- 11 maggio:**
Le Ricerche per sviluppare i nuovi prodotti
- 12 maggio:**
Le Ricerche per gestire e ottimizzare
i prodotti esistenti
- 13 maggio:**
Le Ricerche sulla comunicazione
e la pubblicità
- 19 maggio:**
Le Ricerche nel settore "Salute e Benessere"
- 20 maggio:**
Le Ricerche nel settore "Finanziario"

**Scheda di
iscrizione**

**In caso di iscrizioni multiple, preghiamo inviare più copie della presente scheda.
Compilare la scheda in stampatello ed inviarla via fax al n. 0283201816 entro
il 14 aprile 2004, unitamente alla copia del bonifico bancario.**

Nome _____ Cognome _____

Qualifica _____

Società _____

Partita IVA _____

Indirizzo _____

CAP _____ Città _____

Telefono _____

E-mail _____

Timbro e firma

In caso di iscrizione si autorizza l'inserimento dei dati indicati nella scheda nell'elenco Assirm Servizi. I dati saranno usati per il Corso di Formazione 2004 e per le comunicazioni di future iniziative Assirm. I dati saranno conservati presso Assirm Servizi - Milano - dove ogni interessato potrà sempre rivolgersi per l'esercizio dei propri diritti (art. 7 e 8 del D.L. 30/06/2003 n.196).

Tre giornate a scelta:	1.800,00 + iva 20%
Giornate aggiuntive dalla 4 ^a alla 6 ^a : ogni modulo aggiuntivo	500,00 + iva 20% cad.
Giornate aggiuntive dalla 7 ^a alla 9 ^a : ogni modulo aggiuntivo	450,00 + iva 20% cad.
Giornata singola (solo per approfondimenti o applicazioni)	700,00 + iva 20%

Riduzioni particolari: verrà praticato uno sconto del 10% dalla seconda iscrizione della stessa Azienda.
 Agli iscritti ai corsi che decideranno di associarsi ad AISM verrà offerta da Assirm Servizi la quota di iscrizione annuale:

Estremi per il bonifico bancario: ASSIRM SERVIZI srl - Credito Artigiano sede di Milano Stelline
 c/c n. 000000002759 - ABI 03512 - CAB 01614 - CIN T - Successivamente al pagamento verrà emessa regolare fattura
 da ASSIRM SERVIZI srl - Via Turati , 29 - 20121 Milano - P.I. n. 12094140154

*Quote di
 iscrizione*