



Aprile - Maggio 2005

ASSIRM

8° Corso Le Ricerche di Mercato

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

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

TUTOR DEL CORSO:
Maria Teresa Crisci

Sede del corso:
Università Cattolica del S. Cuore
Via Nirone, 15 - Milano

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

Forte dell'esperienza dei corsi precedenti, ASSIRM ha sviluppato il programma dell'VIII corso "Le Ricerche di Mercato" sulla base delle necessità dei committenti e degli addetti. Il corso è indirizzato:

ai giovani assistenti dei product manager e degli account executive e ai nuovi assunti degli istituti di ricerca, **con le giornate "di base"**: il ruolo delle ricerche nelle decisioni di marketing, i fondamenti metodologici e i principali modelli delle ricerche qualitative, e naturalmente i fondamenti e i processi delle ricerche quantitative;

ai responsabili delle ricerche nelle aziende industriali e commerciali e nelle agenzie pubblicitarie, **per l'aggiornamento nelle tecniche più evolute** (scenari e mercati, il ruolo della ricerca nella definizione dei prodotti, le funzioni della ricerca nelle attività di comunicazione).

Alla fine della sesta giornata (5 maggio), in una tavola rotonda, cui parteciperanno alcuni fra i maggiori esponenti delle aziende clienti e degli istituti di ricerca, si discuterà di: "Innovazione aziendale e ricerca di marketing: quale ruolo per la ricerca?" (ingresso libero)

19 aprile 2005

Modulo Base

Il ruolo delle ricerche nelle decisioni di marketing

- 09.00 **Registrazione dei partecipanti**
 - 09.15 **Benvenuto Assirm e apertura del corso**
Luigi Ferrari, Presidente Assirm
 - 09.45 **Il ruolo delle ricerche di marketing nella gestione del business aziendale**
Renato Fiocca, Docente di Marketing, Università Cattolica
 - 11.00 **Coffee Break**
 - 11.30 **L'organizzazione del marketing information in azienda**
Massimo Cesaretti, Direttore Ricerche di Marketing - Area Sud Europa, Ferrero
 - 13.00 **Pausa pranzo**
 - 14.00 **Dal problema di marketing al progetto di ricerca**
Patrizia Gabellini, Head of Market Research Department Procter & Gamble
Giovanni Minervini, Shopper Research Manager Procter & Gamble
 - 15.30 **Il processo di produzione della ricerca in istituto e l'attenzione alla qualità**
Silvestre Bertolini, Amministratore Delegato, Gfk Marketing Services Italia e Vicepresidente ASSIRM
Matilde Soregaroli, Client Service Director, Gfk Marketing Services Italia
 - 16.45 **Coffee Break**
 - 17.00 **Operatività e utilità delle ricerche in azienda**
Ernesto Illy, Presidente Centromarca
- Discussione e osservazioni sulla giornata**

20 aprile 2005

Modulo Base

Metodi di ricerca qualitativa

- 09.00 **I recenti sviluppi della ricerca qualitativa: quali ricadute per il marketing?**
Albino Claudio Bosio, Vicepresidente Eurisko NOPWord e Vicepresidente Assirm
- 10.45 Coffee break
- 11.15 **La gestione e l'apporto delle ricerche qualitative nel marketing information d'azienda**
Luisa Pogliana, Direttore Ricerche e Studi di Mercato Mondadori
- 12.30 **Dibattito**
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 **Principi e applicazioni della ricerca qualitativa**
Carlo Santucci, Presidente RQ Ricerche Qualitative e Consigliere Assirm
- 16.00 Coffee break
- 16.15 **Case history: un problema di marketing risolto dalla ricerca qualitativa**
Stefano Bazzoli, Direttore Marketing, Ikea
Salvatore Limuti, Amministratore Delegato Marketing Management e Consigliere Assirm
- 17.30 **Discussione e osservazioni sulla giornata**

21 aprile 2005

Modulo Base

Metodi di ricerca qualitativa

- 09.00 **Il modello semiotico e una proposta evolutiva**
Joseph Sassoon, Presidente Alphabet
- 10.45 Coffee break
- 11.15 **Modelli interpretativi "classici" della ricerca qualitativa: psicologico e sociologico**
Rossana Dell'Isola, Direttore Qualitativo, Research International
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 **La gestione dei gruppi nella ricerca qualitativa**
Riccardo Vigliani, Senior Account Partner, People the research partner
- 15.45 Coffee break
- 16.00 **Il naming nella strategia di marca:
la semiotica quale strumento integrativo della ricerca qualitativa sul campo**
Cinzia Marchetti - Market Research Manager, Barilla
- 17.30 **Discussione e osservazioni sulla giornata**

3 maggio 2005

4 Modulo Base

Metodi di ricerca quantitativa

- 09.00 **Dall'esplorazione alla generalizzazione del risultato: le ricerche integrate quali-quantitative**
Mario Abis, Presidente Makno e Consigliere Assirm
- 11.00 Coffee break
- 11.30 **Le logiche e gli strumenti della ricerca quantitativa**
Vilma Scarpino, Direttore Generale, Doxa
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 **Il disegno campionario: cenni di metodo e applicazioni**
Ulderico Santarelli, Consulente, C.R.A. Customized Research & Analysis
- 16.00 Coffee break
- 16.20 **Il questionario e le domande**
Paolo Sergardi, Head of Qualitative Sector, Pragma
- 17.30 **Discussione e osservazioni sulla giornata**

4 maggio 2005

Modulo Base

Metodi di ricerca quantitativa

- 09.00 **Il trattamento dei dati statistici e la presentazione dei risultati**
Antonio De Lillo, Presidente Istituto IARD
- 11.00 Coffee break
- 11.30 **Le ricerche "ad hoc" per l'ottimizzazione dei prodotti**
Ermanno Brivio, Business Sector Director, TNS Infratest
Mario Ravasio, Head of Qualitative Sector, TNS Infratest
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 **Le ricerche sul portafoglio prodotti: l'esperienza d'azienda**
Lorenza Menduto, Western Europe and Italy Consumer Insights Director, Kraft Foods
- 16.00 Coffee break
- 16.20 **Dallo studio della customer satisfaction alla gestione della customer loyalty: la ricerca di marketing come strumento di CRM per l'implementazione della fedeltà e del valore dei propri clienti**
Giovanni Brunetti, Direttore di Ricerca, Unicab Italia
- 17.30 **Discussione e osservazioni sulla giornata**

5 maggio 2005

Approfondimento

Scenari e mercati

- 09.00 **Lo studio del consumatore e l'evoluzione dei mercati in periodi di incertezza**
Maria Grazia Bolognesi, Consumer Panel Services Director, A.C. Nielsen Italia
- 11.00 Coffee break
- 11.30 **Esempi di segmentazione quali-quantitativa**
Silvio Siliprandi, Direttore di Sinottica, Eurisko NOPWord
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 **Un esempio di segmentazione quali-quantitativa nel mondo del beverage**
Antonio De Caro, Direttore Marketing, Italaquae
Tommaso Pronunzio, Direttore di Ricerca, Ales Market Research
- 15.30 **Dallo scenario di mercato allo scenario sociale**
Antonio Valente, Amministratore Delegato, Lorien Consulting
- 16.30 Welcome coffee alla Tavola Rotonda
- 17.00 **Tavola Rotonda**
Innovazione aziendale e ricerca di marketing: quale ruolo per la ricerca?

11 maggio 2005

Approfondimento

Lo sviluppo del prodotto

- 09.00 **Il ruolo delle ricerche nello sviluppo dei nuovi prodotti**
Filippo Nardi, Responsabile Europeo Ricerche di Mercato, General Mills
- 11.00 Coffee break
- 11.30 **Strumenti di concept e product test per il largo consumo**
Patrizia Elli, Direttore Quantitativo, Research International
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 **Come verificare il prezzo e le caratteristiche di un prodotto in lancio**
Guja Tacchi, Sector Head, TNS Infratest
- 15.40 Coffee break
- 16.00 **L'esperienza dopo il lancio: i successi e i flop**
Massimo De Benedittis, Consigliere d'Amministrazione, AMT Consulting
- 17.30 **Discussione e osservazioni sulla giornata**

12 maggio 2005

8
Approfondimento

Lo sviluppo della comunicazione

- 09.00 **Come valutare e verificare una campagna di successo**
Elisabetta Papini, Direttore Marketing linea Borotalco Manetti&Roberts
- 11.00 Coffee break
- 11.30 **La segmentazione della comunicazione e il ruolo delle ricerche in una grande agenzia pubblicitaria**
Alessandro Pedrazzini, Client Director, Armando Testa
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 **La scelta e l'ottimizzazione dei messaggi nei pre-test**
Jennifer Hubber, Amministratore Delegato, Ipsos ASI Italia
- 16.00 Coffee break
- 16.20 **Advertising Tracking: come monitorare le attività di marketing e comunicazione**
Luca Belloni, Head of Client Service - Quantitative Unit, Millward Brown
- 17.30 **Aperitivo e conclusioni del corso**

Sede del Corso

Università Cattolica del Sacro Cuore - Edificio di Via Nirone, 15 - Milano

Metropolitana Linea Verde: Fermata S. Ambrogio

Metropolitana Linea Rossa: Fermata Cadorna

Orario del corso: 9.00 - 13.00 / 14.00 - 18.00

Assirm

tel. 02 58315750

tel. 02 58300897

info@assirm.it

Segreteria organizzativa Comunicazione d'Impresa

tel. 02 58100888

tel. 02 58100457

comim@tin.it

Collaborazione editoriale di:



Mediaforum
Magazine settimanale di comunicazione marketing e media business



Aprile - Maggio 2005

ASSIRM

8° Corso Le Ricerche di Mercato

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

- 19 aprile**
Il ruolo delle ricerche nelle
decisioni di marketing
- 20 aprile**
Metodi di ricerca qualitativa
- 21 aprile**
Metodi di ricerca qualitativa
- 3 maggio**
Metodi di ricerca quantitativa
- 4 maggio**
Metodi di ricerca quantitativa
- 5 maggio**
Scenari e mercati
- 11 maggio**
Lo sviluppo del prodotto
- 12 maggio**
Lo sviluppo della comunicazione
- 5 maggio**
Tavola rotonda aperta a tutti
Conferma partecipazione

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
unitamente alla copia del bonifico bancario.**

Nome _____ Cognome _____

Qualifica _____

Società/Ente _____

Partita IVA _____ Vs. n. d'ordine o riferimento _____

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 2005 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 (artt. 7 e 8 del D.Lgs. 30/06/2003 n.196).

Quote d'iscrizione per persona

4 giornate	2.200,00 + iva 20%
3 giornate	1.700,00 + iva 20%
2 giornate	1.200,00 + iva 20%
1 giornata	650,00 + iva 20%

Offerte speciali:

Advance Booking: Per le iscrizioni effettuate entro il 21 marzo 2005: sconto 10%

Iscrizioni Multiple: Per Aziende/Enti con più di una iscrizione: sconto 10%

Per formule diverse da quelle proposte, si prega di contattare la segreteria organizzativa, tel. 0258100888 oppure 0258100457.

Per un approccio di "BASE" si suggerisce il pacchetto della prima giornata introduttiva (19 aprile) più le due giornate sui metodi di ricerca qualitativa (20 e 21 aprile) e/o quantitativa (3-4 maggio).

Estremi per il bonifico bancario:

ASSIRM SERVIZI srl - Credito Artigiano sede di Milano Stelline, c/c n. 000000002759 - ABI 03512 - CAB 01614 - CIN T
Verrà emessa fattura da ASSIRM SERVIZI srl - sede legale: Via Turati , 29 - 20121 Milano - P.I. n. 12094140154
sede operativa e amministrativa: Via Larga,13 - 20122 Milano