

Maggio
2006

Direzione del corso a cura di:
A. Claudio Bosio
Direttore del Centro Studi e Formazione

Coordinamento del corso e Tutor d'aula:
Maria Teresa Crisci

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

ASSIRM

9° 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

Tel. 02.58300897

www.assirm.it

info@assirm.it

Direzione del corso:

A. Claudio Bosio

Direttore del Centro Studi e Formazione

Coordinamento e Tutor d'aula:

Maria Teresa Crisci

Sede del corso:

Università Cattolica del Sacro 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

La IX edizione del Corso Assirm, ampiamente rinnovata sulla base dell'esperienza delle passate edizioni e dei suggerimenti dei partecipanti, è condotta da un mix di esperti ad elevata qualificazione: ricercatori di mercato di chiara fama, marketing manager di aziende nazionali di primario livello e docenti universitari. Il corso è integrato da numerose case history aziendali.

Contenuti

In funzione degli obiettivi, il Corso è diviso in due parti:

Moduli di base:

Previsti nelle prime quattro giornate, tratteranno i fondamenti delle ricerche (quantitative e qualitative)

Moduli di approfondimento:

Occuperanno le successive cinque giornate per arricchire le conoscenze delle tecniche più evolute nell'applicazione delle indagini di mercato e dei processi di ricerca.

Destinatari

Assistenti dei product manager nelle aziende di marketing e di servizi, assistenti account executive nelle agenzie di pubblicità e nei centri media, neo-assunti negli istituti di ricerca e negli Enti pubblici;

Responsabili di ricerca e dirigenti delle aziende industriali e commerciali, delle agenzie di comunicazione e centri media, funzionari degli Enti pubblici.

Mercoledì
3 maggio 2006

Modulo Base

La ricerca, il marketing e le competenze

- 09.00 Registrazione dei partecipanti
- 09.15 Benvenuto Assirm e apertura del corso
Nando Pagnoncelli Presidente Assirm
- 09.30 Relazione istituzionale
Giulio Malgara Presidente Upa
- 10.00 Il ruolo delle ricerche di marketing nella gestione del business aziendale
Renato Fiocca Docente di Marketing, Università Cattolica di Milano
- 11.10 Coffee break
- 11.30 Il processo della ricerca: ruoli e competenze
A. Claudio Bosio Direttore Centro Studi e Formazione Assirm
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 L'organizzazione del marketing information in azienda
Massimo Cesaretti Direttore Ricerche di Marketing - Area Sud Europa, Ferrero
- 16.00 Pausa
- 16.15 La definizione degli obiettivi di ricerca e la trasmissione del briefing
Marcello Ciannonea Capo Struttura Marketing di Prodotto - RAI
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata



Giovedì
4 maggio 2006

Modulo Base

I fondamenti della ricerca qualitativa

- 09.00 Principi e applicazioni della ricerca qualitativa
Carlo Santucci Presidente RQ Ricerche Qualitative e Consigliere Assirm
- 11.00 Coffee break
- 11.20 L'apporto delle ricerche qualitative nel marketing information d'azienda
Luisa Pogliana Direttore Ricerche e Studi di Mercato, Mondadori
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 Modelli interpretativi "classici" della ricerca qualitativa: psicologico, sociologico e culturale
Rossana Dell'Isola Direttore Qualitativo, Research International
- 16.00 Pausa
- 16.15 La gestione dei gruppi nella ricerca qualitativa
Riccardo Vigliani Senior Account Partner, People the research partner
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata



Mercoledì
10 maggio 2006

Modulo Base

I fondamenti della ricerca quantitativa

- 09.00 Principi e applicazioni della ricerca quantitativa: dagli approcci tradizionali alle nuove opportunità web
Carlo Erminero Presidente Carlo Erminero & Co.
Mario Porchera Responsabile Sviluppo on line, Carlo Erminero & Co.
- 10.40 Coffee break
- 11.00 Il disegno campionario: cenni di metodo e applicazioni
Fabio Galletti Responsabile statistico, C.R.A.
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 Il questionario e le domande
Margherita Sartorio Direttore di Dipartimento e Consigliere di Amministrazione, Swg
- 15.45 Pausa
- 16.00 Il trattamento dei dati statistici e la presentazione dei risultati
Giovanni Brunetti Direttore di Ricerca, Unicab Italia
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata

3

Giovedì
11 maggio 2006

Modulo Base

L'uso delle ricerche: tipologie e contesti

- 09.00 Dall'esplorazione alla generalizzazione del risultato: le ricerche integrate quali-quantitative
Elisabetta Gentili Vicedirettore Generale Pragma e Consigliere Assirm
- 11.00 Coffee break
- 11.20 Le ricerche "ad hoc" qualitative e quantitative per l'ottimizzazione dei prodotti
Mario Ravasio Head of Qualitative Sector, TNS Infratest
Alberto Aliverti Sector Head, 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
- 15.45 Pausa
- 16.00 Le ricerche internazionali
Nigel Burrows Promotion & Performance Practice Principal Europe, IMS Health
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata



Martedì
16 maggio 2006

Approfondimento

L'uso dei panel e delle ricerche continuative per l'analisi dei mercati e dei trend

- 09.00 La segmentazione del consumo e l'evoluzione del consumatore
Maria Grazia Bolognesi Consumer Panel Services Director, ACNielsen Italia
- 10.40 Coffee break
- 11.00 Il monitoraggio dei punti di vendita e la verifica della forza di marca
Silvestre Bertolini Amministratore Delegato GfK Marketing Services Italia e Vicepresidente Assirm
Matilde Soregaroli Client Service Director, GfK Marketing Services Italia
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 L'analisi del mercato e dello scenario sociale
Francesco Cecere Ufficio Studi Lega Coop
- 16.00 Pausa
- 16.15 Evoluzione delle informazioni da scanner:
Nuove applicazioni per un salto di qualità nelle marketing sciences
Francesco Franceschini Managing Director, IRI Infoscan
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata



Mercoledì
17 maggio 2006

Approfondimento

Nuovi metodi e applicazioni nelle ricerche qualitative

- 09.00 Dalla forma ai contenuti: il metodo semiotico e le sue applicazioni nel marketing
Camilla Barone Research Consultant, Gipieffe
- 10.40 Coffee break
- 11.00 Le osservazioni etnografiche e il loro utilizzo nella ricerca sui punti di vendita
Daniela Ostidich Presidente M&T Marketing & Trade e Consigliere Assirm
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 Le ricerche creative e i gruppi ideativi per sviluppare prodotti, marche, messaggi
Isa Cecchini Direttore Dipartimento Salute, GfK Eurisko
- 16.00 Pausa
- 16.15 Le ricerche qualitative sui siti web e via internet
Maurizio Pucci Amministratore Unico, Inter@ctive Market Research
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata



Giovedì
18 maggio 2006

Approfondimento

Le ricerche per l'innovazione dei prodotti

- 09.00 Il ruolo delle ricerche nello sviluppo dei nuovi prodotti
Rita Cantarini Consumer Market Knowledge Manager, Fater
- 10.40 Coffee break
- 11.00 Concept e product test per la verifica di prodotti e servizi
Massimo De Benedittis Managing Director, Synovate
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 Come verificare il prezzo e le caratteristiche di un prodotto in lancio
Chiara Debernardi Direttore di ricerca e Technical Advisor, Demoskopoea
- 16.00 Pausa
- 16.15 Packaging test: le confezioni e i formati
Paolo Rossi Direttore Divisione Ricerche, Lorien Consulting
Antonio Marazza Amministratore Delegato, Landor Associates
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata



Mercoledì
24 maggio 2006

Approfondimento

Le ricerche per lo sviluppo dei messaggi

- 09.00 La segmentazione per la comunicazione e il ruolo delle ricerche
Alessandro Pedrazzini Client Director, Armando Testa
- 10.40 Coffee break
- 11.00 La creazione dei messaggi: i pre-test qualitativi
Franca Ferrari Direttore Ricerche qualitative, Doxa
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 L'ottimizzazione dei messaggi: i pre-test quantitativi
Jennifer Hubber Direttore Generale Ipsos e Amministratore Delegato, Ipsos - ASI
- 16.00 Pausa
- 16.15 La storia di una comunicazione di successo
Raffaella Graziosi Marketing Manager - Farmacia, Angelini
- 17.30 Discussione e osservazioni sulla giornata



Giovedì
25 maggio 2006

Approfondimento

Le ricerche per la verifica di comunicazione e investimenti

- 09.00 Come monitorare le attività di comunicazione e il rendimento degli investimenti
Luca Belloni Managing Director, Millward Brown Delfo
- 11.00 Coffee break
- 11.20 Il below the line, le ricerche a supporto
Tommaso Pronunzio Direttore di Istituto, Ales Market Research
Massimo Cealti Research Manager Mediterranean Division, Coca-Cola Italia
- 13.00 Pausa pranzo
- 14.30 Come misurare i risultati delle campagne che non usano la TV?
Salvatore Limuti Amm.re Delegato Marketing Management e Consigliere Assirm
- 15.45 Pausa
- 16.00 Gli effetti della comunicazione sulla marca: l'esperienza di una grande azienda
Testimonianza Aziendale
- 17.30 Aperitivo di saluto a conclusione 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 89423925

comim@tin.it

Collaborazione editoriale di:

My **[M]**arketing.Net
IL PORTALE DEL MARKETING

Mediaforum
Magazine settimanale di comunicazione marketing e media business

Per formule diverse
da quelle proposte,
si prega di contattare
la segreteria organizzativa,
tel. 0258100888
tel. 0289423925

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

- 3 maggio
- 4 maggio
- 10 maggio
- 11 maggio
- 16 maggio
- 17 maggio
- 18 maggio
- 24 maggio
- 25 maggio

Scheda iscrizione

**In caso di iscrizioni multiple, preghiamo di 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 2006 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).

**Estremi per
il bonifico bancario:**

ASSIRM SERVIZI S.r.l.
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 S.r.l.
p.iva 12094140154

Sede operativa
(per invio documentazione)
Via Larga, 13 - 20122 Milano
Sede legale
Via Turati, 29 - 20121 Milano

Quote iscrizione

Quote d'iscrizione per persona

5 giornate	2.650,00 + iva 20%
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%

Per un approccio di "BASE"

si suggerisce il pacchetto di 4 giornate:

giornata introduttiva (3 maggio)

giornata sui fondamenti della ricerca qualitativa (4 maggio)

giornata sui fondamenti della ricerca quantitativa (10 maggio)

giornata sull'uso delle ricerche qualitative e quantitative (11 maggio)

Ai partecipanti verrà rilasciato un attestato comprovante le giornate di frequenza e le competenze acquisite.

Verranno inoltre fornite le dispense delle giornate frequentate su supporto cartaceo e successivamente su Cd Rom.

OFFERTE SPECIALI

Advanced Booking: per le iscrizioni effettuate entro il 31 marzo 2006 sconto del 15%

Advanced Booking iscrizioni multiple: è previsto un ulteriore 5% di sconto per iscrizioni multiple entro il 31 marzo 2006

Iscrizioni multiple:

Per Aziende/Enti con più di una iscrizione successiva al 31 marzo 2006: sconto del 10%