

11° CORSO ASSIRM PER LA FORMAZIONE DEL RICERCATORE AZIENDALE Milano, 3/4/9/10 aprile – 4/5/10/11 giugno 2008

ASSIRM, con questo **11° CORSO** continua e rinnova l'offerta formativa dedicata soprattutto agli utilizzatori delle ricerche di mercato: aziende per il largo consumo, imprese di servizi, associazioni, enti pubblici. Il fruitore tipo è il ricercatore di livello iniziale e medio, oltre a tutte le figure professionali che commissionano o utilizzano le ricerche.

Scegliere e commissionare le ricerche "giuste" sono elementi fondamentali per il decision making. Perciò i partecipanti potranno sviluppare competenze in ordine a: progettazione, sviluppo, gestione e uso delle ricerche. Impareranno ad orientarsi nel vasto e variegato mondo delle ricerche di mercato e potranno usufruire dell'esperienza e della competenza dei più qualificati ricercatori italiani impegnati negli istituti associati ad ASSIRM, nelle Università e nelle Aziende con maggiore competenza nell'uso delle ricerche di mercato.

Direzione del corso a cura di

Prof. A. Claudio Bosio – Direttore del Centro Studi e Formazione Assirm

Coordinamento del corso e Tutor d'aula:

Dott.ssa Cecilia Gobbi – Direttore Generale Assirm

1° MODULO – 4 GIORNATE DI BASE "Progettare, scegliere, gestire e usare una ricerca di mercato"

1a GIORNATA – 3 APRILE 2008

PROGETTARE UNA RICERCA E ATELIER QUALITATIVO (1a parte)

Mattino: Progettare una ricerca

- **09.15 - Introduzione: scopi, sviluppi e modalità del corso**
Nando Pagnoncelli, Presidente Assirm
- **09.30 Dal bisogno alla domanda di ricerca: il punto di vista degli Istituti (Quando fare una ricerca?)**
A.Claudio Bosio, Direttore Centro Studi e Formazione Assirm
10.45 Coffee Break
- **11.00 - Progettare una ricerca e valutare un progetto: il punto di vista di un'Azienda**
Massimo Cealti, Research Manager Italia – Coca-Cola Italia
12.30 – Pausa pranzo

Pomeriggio: Atelier ricerca qualitativa (1a parte)

- **14.00 - Le logiche e le strategie della Ricerca Qualitativa (Perché e quando optare per una ricerca qualitativa? Cosa chiedere e cosa non chiedere?)**
Carlo Santucci, Presidente - RQ Ricerche Qualitative
15.30 – Pausa
- **15.45 - Gli approcci della Ricerca Qualitativa nel Marketing decision making: la mappa e la bussola (Come orientarsi nel variegato mondo degli approcci qualitativi? Come scegliere?)**
Mimma Novelli Pellegrino, Consulente
- **17.15 - Discussione e osservazioni**

2a GIORNATA – 4 APRILE
ATELIER DI RICERCA QUALITATIVA (2a parte)

Mattino: Gli strumenti della ricerca qualitativa basati sulla parola

- **09.15 - Il resoconto: l'intervista non direttiva e il focus group**
Riccardo Vigliani, Senior Account Partner - People The Research Partner
10.45 - Coffee Break
- **11.00 - Ottimizzare l'esistente, progettare il cambiamento: i metodi creativi-ideativi**
Isa Cecchini, Direttore Dipartimento Salute - Gfk Eurisko
12.30 – Pausa pranzo

Pomeriggio: Gli strumenti della ricerca qualitativa che guardano il sociale

- **14.00 Comprendere oltre l'apparenza: l'approccio psicologico-interpretativo**
Maria Vittoria Gargantini, Research Director Qualitative e Mauro Gagliardi, Consumer Insight Analyst - Synovate
15.30 – Pausa
- **15.45 - Guardare le cose: lo sguardo semiotico ed etnografico**
Gennaro Di Costanzo, Amministratore Unico e Stefano Frausin, Ricercatore - Scenari
- **17.15 - Discussione e osservazioni**

3a GIORNATA – 9 APRILE 2008
ATELIER DI RICERCA QUANTITATIVA (1a PARTE)

Mattino: Fondamenti e tecniche

- **09.15 - Le forme e le logiche d'uso della ricerca quantitativa (Quali approcci? Quali scopi?)**
Stefano Carlin, Chief Executive Officer - Research International
10.45 - Coffee Break
- **11.00 – Come fare le domande giuste: tutta la ricerca (quasi tutta...) in un buon questionario**
Luca Massaron, Direttore di Ricerca - Carlo Erminero & Co
12.30 – Pausa pranzo

Pomeriggio: Fondamenti e tecniche

- **14.00 – Le rilevazioni face-to-face, CATI, CAWI: istruzioni per l'uso**
Giovanni Brunetti, Direttore di Ricerca - Unicab
15.30 – Pausa
- **15.45 – Quali e quanti: come integrare gli approcci di ricerca**
Elisabetta Gentili, Vice Direttore Generale Pragma e Vice Presidente Assirm
- **17.15 – Discussione e osservazioni**

4a GIORNATA – 10 APRILE 2008

ATELIER DI RICERCA QUANTITATIVA (2a parte) E GESTIONE DEI RISULTATI

Mattino: Atelier di ricerca quantitativa (2a parte)

- **09.15 – Lo sviluppo di prodotto: quali test per avere sotto controllo il marketing mix**
Massimo Cesaretti, Direttore Ricerche sul Consumatore Soremartec Italia - Gruppo Ferrero
10.30 – Coffee Break
- **11.00 – Le analisi di trend dai dati delle ricerche continuative**
Francesco Franceschini, General Manager - I.R.I. Infoscan
12.30 Pausa pranzo

Pomeriggio: La gestione dei risultati

- **14.00 – Testare il prezzo e ottimizzare un prodotto/servizio**
Chiara Debernardi, Direttore di Ricerca - C.R.A. Customized Research and Analysis
15.30 Pausa
- **15.45 – Leggere e far parlare i risultati: approcci descrittivi e approcci multivariati**
Marco Salamon, Direttore Divisione Loyalty - IPSOS

- **17.15 – Tavola rotonda**
Come far fruttare le ricerche in azienda: un confronto tra Istituti e Aziende
Moderatore: Luigi Ferrari, Presidente People the Research Partner
Partecipano: Roberto Binaghi, Presidente Centro Studi AssAP Servizi
Maria Vittoria Mariano, Coordinatrice e Responsabile delle Ricerche di Mercato Private
Business Clients Deutsche Bank

2° MODULO – 4 GIORNATE DI APPLICAZIONI **“La ricerca al servizio delle domande del marketing”**

1a GIORNATA – 4 giugno **LE RICERCHE PER LA MARCA**

- **09.15 – Il valore della marca in area media**
Michele Casula, Direttore di Ricerca Makno & Consulting
Fulvia Nicoli, Responsabile strategy and marketing MTV/Telecom Italia
10.45 - Coffee Break
- **11.00 - Creare e testare un marchio (nome e logo)**
Paolo Melegari, Market Research Manager - Barilla
12.30 Pausa pranzo
- **14.00 - Monitorare il valore di una marca: brand image e brand equity**
Patrizia Elli, Direttore Ricerche Quantitative – Research International
15.30 - Pausa
- **15.45 – Il contributo del prodotto nella formazione della brand equity: verifica del portato e della coerenza fra prodotto e marca, tramite i test di prodotto**
Giuseppe Mauri, Amministratore Delegato Probe

2a GIORNATA – 5 giugno **LE RICERCHE PER LA COMUNICAZIONE**

- **09.15 - Scegliere un target e i mezzi**
Alessandro Pedrazzini, General Manager - C&D
10.45 - Coffee Break
- **11.00 - Generare messaggi: i contributi della ricerca e del consumatore**
Beniamino Stumpo, Presidente Iterion
12.30 Pausa pranzo
- **14.00 - Pre-testing**
Franca Ferrari, Responsabile Ricerche Qualitative - Doxa
15.30 - Pausa
- **15.45 - Verificare gli effetti di una comunicazione**
Massimo Nicolini, Head of Client Service – Millward Brown
- **17.15 - Tavola rotonda**
E-communication e ricerche on-line: nuove frontiere e nuove regole e applicazioni
Moderatore: Antonio Valente, Amministratore Delegato Lorien Consulting
Partecipa: Maurizio Pucci, Amministratore Unico Interactive Market Research

3a GIORNATA – 10 giugno

LE RICERCHE PER L'ANALISI E LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO

- **09.15 - Segmentare un mercato: quando? come?**
Filippo Nardi, Responsabile Ricerche Europa Occidentale & Orientale, Medio Oriente e Nord Africa - General Mills
- **10.15 - Monitorare l'andamento di un mercato: gli strumenti e l'uso degli strumenti**
Matilde Soregaroli, Client Service Director – GfK Marketing Services Italia
11.15 - Coffee Break
- **11.30 - Le potenzialità di un mercato in un mondo che cambia e le opportunità di un'azienda: strumenti d'analisi forniti dal "Consumer Panel"**
Roberto Borghini, Consumer Panel Services Director – ACNielsen Italia
12.30 Pausa pranzo

- **14.00 – Le segmentazioni comportamentali strategiche sulle motivazioni**
Fabrizio Giordano e Mauro Gagliardi - Synovate
16.00 - Pausa
- **16.15 - Le segmentazioni socio-culturali ("customer based")**
Silvio Siliprandi, Vice Presidente Sinottica & STP Business Unit Director – GfK Eurisko

4a GIORNATA – 11 giugno

LE RICERCHE PER LA DISTRIBUZIONE

- **09.15 – Come convertire l'esperienza d'acquisto del cliente in strategia per la distribuzione**
Marta Pavan, Direttore Divisione Marketing Ipsos
10.45 - Coffee Break
- **11.00 – Il consumatore al centro della progettualità di marca e retail sul punto di vendita**
Daniela Ostidich, Presidente M&T Marketing and Trade e Consigliere Assirm
12.30 Pausa pranzo

- **14.00 – La distribuzione con gli occhi del consumatore**
Tommaso Pronunzio, Direttore Ales Market Research
Andrea Petronio, Bain & Company, Partner
Marco Valsecchi, Bain & Company, Manager
15.30 - Pausa
- **15.45 – Case history**
Francesco Iovine, Direttore Marketing Panorama Gruppo Pam

SEDE DEL CORSO:

Milano – Università Cattolica del Sacro Cuore - Via Nirone, 15

ORARIO DEL CORSO: 9.00 – 13.00 / 14.00 – 18.30

COSTI DI SOTTOSCRIZIONE:

- 1° Modulo: 4 giornate base € 2.200.00 + iva
- 2° Modulo: 4 giornate di applicazioni € 2.200.00 + iva
- Per le sole giornate di Applicazione € 700.00 + iva al giorno

Ai partecipanti saranno fornite le dispense delle giornate frequentate su supporto cartaceo e successivamente su CDRom.

ATTESTATO:

Verrà rilasciato un attestato comprovante le giornate di frequenza e le competenze acquisite.

OFFERTE SPECIALI:

Advanced Booking: per le iscrizioni effettuate entro il 3/3/2008 sconto del 10%

Iscrizioni Multiple: per le iscrizioni multiple effettuate dalla stessa azienda sconto del 5% sul totale

Estremi per il bonifico bancario:

ASSIRM SERVIZI srl – Credito Artigiano sede di Milano Stelline
Codice Iban: IT23T035120161400000002759 c/c n. 000000002759 – ABI 03512 – CAB – 01614
– CIN T – Successivamente al pagamento verrà emessa regolare fattura da ASSIRM SERVIZI srl
– p.iva 12094140154: sede operativa (per invio documentazione) Via Mercalli, 11 – 20122 Milano
– sede legale Via Turati, 29 – 20121 Milano.

ASSIRM
Via Mercalli, 11
20122 Milano
tel. 02 58315750
info@assirm.it

Segreteria Organizzativa
Comunicazione D'Impresa
tel. 0258100888 (fino al 7/3/08)
tel. 028361681 (dal 10/3/08)
fax 0283201816 (fino al 7/3/08)
comim@tin.it

Informativa ai sensi della 196/03. Gli indirizzi e-mail presenti nel nostro archivio provengono dalle iscrizioni alle nostre manifestazioni, da contatti personali o da elenchi e servizi di pubblico dominio.
In ogni momento è possibile modificare o cancellare i dati scrivendo a: comim@tin.it

Per la scheda di iscrizione cliccare qui: www.assirm.it