

12° CORSO ASSIRM
PER LA FORMAZIONE DEL RICERCATORE AZIENDALE
24/25/31 marzo /1 aprile 2009
21/22/23 aprile / 5/6/7 maggio 2009
Sede del corso: MILANO – Università Cattolica del Sacro Cuore

Scegliere, progettare, realizzare, usare le Ricerche di Mercato

Direzione Scientifica: A. Claudio Bosio, Direttore Centro Studi e Formazione Assirm
Direzione Operativa e Tutor Atelier Quantitativo: Cecilia Gobbi, Direttore Generale Assirm
Tutor Atelier Qualitativo: Mimma Novelli, Consulente

STRUTTURA DEL CORSO

1° modulo – 4 giornate di base

“Cosa si chiede e come si usa una ricerca”

E' finalizzato a:

- Progettare, sviluppare, gestire e utilizzare le ricerche di mercato;
- Conoscere e scegliere fra le varie metodologie e tipologie di ricerca (qualitative e quantitative...);
- Collaborare/intermediare fra team aziendale e istituto di ricerca

24 marzo – progettazione e atelier qualitativo (1° parte)

Mattino: progettare una ricerca (cosa si chiede e come si progetta una ricerca)

- *09.15 - Introduzione e presentazione del corso*
Silvestre Bertolini, Presidente Assirm
- *09.30 - Chiedere una ricerca: dal bisogno alla domanda di ricerca (Quando fare una ricerca?)*
A. Claudio Bosio, Direttore Centro Studi e Formazione Assirm
- *11.00 – Coffee Break*
- *11.15 - Domande e logiche d'uso di una ricerca qualitativa (Dagli obiettivi alla strutturazione del progetto di ricerca)*
Mimma Novelli Pellegrino, Consulente
- *13.00 – Pausa Pranzo*

Pomeriggio: atelier qualitativo (1° parte) – Gli Strumenti per l'esplorazione e l'analisi

- 14.00 – *I principali strumenti di rilevazione della ricerca qualitativa (focus group, colloquio individuale, tecniche di osservazione)*

Paola Scorda, Direttore di ricerca qualitativa - People The Research Partner

- 15.30 – *Coffee Break*

- 15.45 – *L'approccio semiotico*

Alberto Bourlot, Docente Teoria e Tecnica del Linguaggio Pubblicitario – Università Cattolica

- 17.15 – *Discussione e osservazioni sul contenuto della giornata*

25 marzo – atelier qualitativo (2° parte)

Mattino: Atelier di ricerca qualitativa: ambiti applicativi (1° parte)

- 09.15 – *Lo sviluppo di prodotto: dal concetto a tutti gli elementi del marketing mix*

Elena Signorelli, Partner Responsabile Divisione Qualitativa – CRA

- 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 – *Esercitazioni*

- 13.00 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: Atelier di ricerca qualitativa: ambiti applicativi (2° parte)

- 14.00 – *I disegni integrati (quali – quantitativi e oltre)*

Elisabetta Gentili, Vice Direttore Generale Pragma e Vice Presidente Assirm

- 15.30 – *Coffee Break*

- 15.45 – *Lo sguardo etnografico*

Paolo Melegari, Market Research Manager - Barilla

- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

31 marzo – atelier quantitativo (1° parte)

Mattino: atelier quantitativo (1° parte)

- 09.15 - *Le forme e le logiche d'uso della ricerca quantitativa ad hoc (quali approcci per quali scopi)*
Stefano Carlin, Chief Executive Officer – Research International
- 10.45 – *Coffee Break*
- 11.00 – *La ricerca continuativa: la mappa e la bussola per affrontare un mercato e impostare una strategia di marketing*
Antonio Besana, Direttore Commerciale - Gfk Retail and Technology Italia
- 12.30 – *Esercitazioni*
- 13.00 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: atelier quantitativo (2° parte)

- 14.00 - *La ricerca continuativa: le analisi di trend e le risposte tattiche per orientarsi nel contesto competitivo*
Francesco Franceschini, Executive Vice President dell'International Strategic Development IRI Infoscan
- 15.30 – *Coffee Break*
- 15.45 – *Come avere sotto controllo il marketing mix*
Massimo Cesaretti, Direttore Ricerche sul Consumatore - Soremartec Italia - Gruppo Ferrero
- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

1 aprile – atelier quantitativo (2° parte)

Mattino: la rilevazione quantitativa (3° parte)

- 09.15 – *La RQT ad hoc: dal campionamento alle tavole statistiche*
Alfonso Castellano, Responsabile Ricerche Quantitative – Marketing Management
- 10.45 – *Coffee Break*
- 11.00 - *Le rilevazioni face-to-face, CATI, CAWI: istruzioni per l'uso*
Giovanni Brunetti, Direttore di Ricerca - Unicab
- 12.30 - *Esercitazioni*
- 13.00 - *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: disegni complessi e la gestione dei risultati

- 14.00 – *L'applicazione delle analisi statistiche multivariate nell'elaborazione dei dati di ricerca*
Nicola Aufiero, Direttore Divisione Business – Gn Research
- 15.30 – *Coffee Break*
- 15.45 – *Le ricerche via web: come orientarsi in un settore in crescita*
Roberto Costa, Responsabile Online Research - SWG
- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

2° modulo – 6 giornate di applicazioni

“La ricerca al servizio delle domande del marketing”

E' finalizzato a:

- Sostenere l'applicazione della ricerca ai principali problemi posti dal marketing strategico e operativo;
- Sviluppare un'esperienza approfondita dei principali metodi/modelli di ricerca in risposta alle domande del marketing strategico e operativo

21 aprile – introduzione al marketing decision making e il mercato

Mattino: il mercato - monitoraggio e segmentazione (1° parte)

- 9.15 - *Segmentare un mercato*
Filippo Nardi, Responsabile Ricerche Europa Occidentale e Orientale, Medio Oriente e Nord Africa – General Mills
- 11.00 – *Coffee break*
- 11.15 – *Monitorare il consumatore/ Monitorare il mercato e il suo contesto*
Maria Grazia Bolognesi, Analytic Consulting Director – The Nielsen Company (Italy)
- 12.30 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: il mercato - monitoraggio e segmentazione (2° parte)

- 14.00 – *Il trend del mercato: dagli scenari ai nuovi tool di segmentazione*
Gadi Schönheit, CEO e Managing Director – Added Value
- 15.30 – *Coffee break*
- 15.45 – *Segmentare il mercato su base socio-culturale*
Silvio Siliprandi, Vice Presidente Sinottica & STP Business Unit Director – GfK Eurisko
Alessandra Bocchi, Key Account Manager – GfK Eurisko
- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

22 aprile – le ricerche per la marca

Mattino: la marca – generare/monitorare/orientare il valore di marca (1° parte)

- 9.15 - *Gli approcci alla ricerca sulla marca: come si attrezzava un'azienda*
Anna Maria Pierantozzi, Business Insights Manager - Cheese & Dairy - Kraft Foods Eu.
- 11.00 - *Coffee break*
- 11.15 – *Line extension come strategia di crescita della marca*
Andrea Borelli, Associate Manager – Nielsen Bases – The Nielsen Company
- 12.30 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: la marca – generare/monitorare/orientare il valore di marca (2° parte)

- 14.00 - *Monitorare il valore della marca: brand image / brand equity*
Patrizia Elli, Direttore Ricerche Quantitative – Research International
- 15.30 - *Coffee break*
- 15.45 – *La misurazione della Corporate Image: investire sulla reputazione per aumentare il valore e la profittabilità del brand*
Ferdinando Pagnoncelli, Amministratore Delegato - Ipsos
- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

23 aprile – le ricerche sul prodotto

Mattino: le ricerche sul prodotto (1° parte)

- 9.15 – *Sviluppo di un concetto di prodotto e differenti approcci di concept e product test*
Massimo De Benedittis, Managing Director – Synovate
- 10.45 – *Coffee break*
- 11.00 – *Valutare un prodotto: istruzioni per l'uso*
Giuseppe Mauri, Amministratore Delegato - Probe
- 12.30 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: le ricerche sul prodotto (2° parte)

- 14.00 – *Come ottimizzare il marketing mix di un prodotto*
Chiara Debernardi, Direttore di Ricerca – C.R.A. Customized Research and Analysis
- 15.30 - *Coffee break*
- 15.45 – *La verifica nel contesto competitivo*
Tommaso Pronunzio, Direttore di Istituto – Ales Market Research
- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

5 maggio – le ricerche per la distribuzione

Mattino: le ricerche per la distribuzione (1° parte)

- 9.15 – *Tendenze della distribuzione e dei consumatori: una convergenza difficile*
Bruno Sfogliarini, Product & Portfoglio Strategy Senior Principal, IMS Health
- 10.45 - *Coffee Break*
- 11.00 – *Come trasformiamo la spesa in strategia di vendita (shopper analysis)*
Marta Pavan, Direttore Business Unit Marketing - Ipsos
- 12.30 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: le ricerche per la distribuzione (2° parte)

- 14.00 – *Le osservazioni etnografiche e il loro utilizzo nella ricerca sui punti vendita*
Daniela Ostidich, Consigliere Assirm e Presidente– M&T Marketing & Trade
- 15.30 - *Coffee break*
- 15.45 – *La centralità del punto vendita: i Mystery shopping come strumento per migliorare il contatto con il consumatore*
Guja Tacchi, Director – TNS Infratest
- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

6 maggio – le ricerche per la comunicazione

Mattino: le ricerche per la comunicazione (1° parte)

- 9.15 - *Identificare target e selezionare mezzi*
Alessandro Pedrazzini, General Manager – C&D
- 10.45 – *Coffee break*
- 11.00 – *Ottimizzare l'efficacia della comunicazione: differenti approcci di pre-testing*
Franca Ferrari, Responsabile Ricerche Qualitative – Doxa
- 12.30 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: le ricerche per la comunicazione (2° parte)

- 14.00 – *Verificare gli effetti della comunicazione*
Massimo Nicolini, Head of Client Service – Millward Brown
Roberto Rossi, Associate Director - Millward Brown
- 15.30 – *Coffee break*
- 15.45 – *Dalla multimedialità ai social media: fare ricerca sulla comunicazione
origliando il passaparola on-line*
Giulio Cacciapuoti, Direttore di Ricerca – Makno & Consulting
- 17.15 - *Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

7 maggio – monitorare il “post”

Mattino: le azioni di verifica: dalla comunicazione alle attività below the line (1° parte)

- 9.15 - *Verificare gli effetti della comunicazione sulle vendite*
Matilde Soregaroli, Business Consultant– GfK Retail and Technology Italia
- 10.45 - *Coffee break*
- 11.00 – *Monitorare le attività below the line*
Massimo Cealti, Global Vice President Consumer and Market Insight, Symrise
- 12.30 – *Pausa Pranzo*

Pomeriggio: le ricerche sul “post-vendita” (2° parte)

- *14.00 - Customer satisfaction*

Simona Beltrame, Amministratore Delegato – Demoskopea

Claudia Ballerini, Responsabile settore Automotive - Demoskopea

- *15.30 - Coffee break*

- *15.45 – L’implementazione di un sistema integrato di custode care*

Fabiana Vidoz, Direttore di Dipartimento Publica Ricerche e Strategie – Swg

Giorgio Medici, Customer Care Manager - SEA

Delphine Hornez, Responsabile Sviluppo Sistema Cliente – SEA

- *17.15 - Discussione e osservazioni sui contenuti della giornata*

COSTI DI ISCRIZIONE

1° MODULO – 4 GIORNATE DI BASE:	2.200,00 + IVA
2° MODULO – 6 GIORNATE DI APPLICAZIONI:	3.000,00 + IVA
2° MODULO – 3 GIORNATE DI APPLICAZIONI:	1.800,00 + IVA
GIORNATE SINGOLE DI APPLICAZIONE:	700,00 + IVA

OFFERTE SPECIALI

Advanced Booking:

per le iscrizioni effettuate entro il 20 FEBBRAIO 2009 sconto 10%

Iscrizioni multiple:

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

ATTESTATO

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

SEDE DEL CORSO

Università Cattolica del Sacro Cuore – sede di Via Nirone, 15

Orari: 9.00 – 13.00 / 14.00 – 18.30

Per ulteriori informazioni:

Segreteria Organizzativa:

tel. 02/ 8361681

e-mail 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

SCHEMA DI ISCRIZIONE

In caso di iscrizioni multiple, preghiamo di inviare più copie della presente scheda. Compilare la scheda in stampatello ed inviarla via fax (n. 02 8358747), unitamente alla copia del bonifico bancario.

Nome _____ Cognome _____

Qualifica _____

Società/Ente _____

Partita IVA _____ C.F. _____

Vs. numero d'ordine o riferimento _____

Indirizzo _____

Cap _____ Città _____

Telefono _____ Email _____

E' obbligatorio inserire tutti i dati.

Timbro e firma _____

Moduli Base – 4 GIORNATE

Moduli di Applicazione – 6 GIORNATE

3 GIORNATE

(indicare le date.....)

GIORNATA SINGOLA

(indicare la data.....)

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 2009 e per comunicazioni di future iniziative Assirm. I dati saranno conservati presso Assirm Servizi – Milano – dove ogni interessato potrà rivolgersi per l'esercizio dei propri diritti (art. 7 e 8 del D.Lgs. 30/06/2003 n. 196).

(segue)

Estremi per il bonifico bancario:

ASSIRM SERVIZI srl – Credito Artigiano sede di Milano Stelline

IBAN: IT23T0351201614000000002759

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. 02/ 8361681

fax 02/ 8358747

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