

Programma della 14° Edizione del Corso Assirm in Ricerche di Mercato

Direzione Scientifica: A. Claudio Bosio – Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

Direzione Operativa: Cecilia Gobbi – Direttore Generale Assirm

Spazio Chiossetto, Via Chiossetto 20 – Milano

Moduli Base: 5 – 6 – 7/ 13 – 14 – 15 Aprile 2011

MODULO QUALITATIVO

Martedì 5 Aprile 2011: Metodologia, tecniche e uso delle ricerche qualitative (1° giornata)

Tutor: Cecilia Gobbi – Direttore Generale Assirm

Mattina - Progettare una ricerca

9.15 – 9.30 Saluto del Presidente

Silvestre Bertolini – Presidente Assirm

9.30 – 11.00 Chiedere una ricerca: Dal bisogno alla domanda di ricerca

Albino Claudio Bosio – Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

11.00 – 11.15 Coffee Break

11.15 – 13.00 Testimonianza aziendale

Anna Taliani – Communication Manager, Birra Peroni

13.00 – 14.00 Lunch Break

Pomeriggio - Gli strumenti di base per l'esplorazione e l'analisi

14.00 – 15.30 I ferri (base) del mestiere: istruzioni per l'uso - 1° parte

Paola Scorda – Direttore di Ricerca Qualitativa, People the research partner

15.30 – 15.45 Coffee Break

15.45 – 17.15 I ferri (base) del mestiere - 2° parte

Paola Scorda – Direttore di Ricerca Qualitativa, People the research partner

Mercoledì 6 Aprile 2011: Metodologia, tecniche e uso delle ricerche qualitative (2° giornata)

Tutor: Carlo Santucci - Presidente RQ

Mattina

9.15 – 11.00 Percorso esperienziale: dal briefing all'analisi dei risultati – 1° parte

Carlo Santucci – Presidente RQ

11.00 – 11.15 Coffee Break

11.15 – 13.00 Percorso esperienziale – 2° parte

Carlo Santucci – Presidente RQ

13.00 – 14.00 Lunch Break

Pomeriggio

14.00 – 15.30 Percorso esperienziale – 3° parte

Carlo Santucci – Presidente RQ

15.30 – 15.45 Coffee Break

15.45 – 17.15 Percorso esperienziale – 4° parte

Carlo Santucci – Presidente RQ

Giovedì 7 Aprile 2011: Sviluppi e avanzamenti delle ricerche qualitative

Tutor: Alessandro Amadori - Direttore Generale Coesis Research

Mattina - Nuovi strumenti, nuovi approcci: la ricerca guarda al futuro

9.15 – 11.00 Strumenti per l'evoluzione della ricerca qualitativa: la web discussion

Patrizia Franchini – Qualitative Research Manager, Doxa

11.00 – 11.15 – Coffee break

11.15 – 13.00 L'approccio semiotico e il neuro marketing

Joseph Sassoon – Sociologo e Presidente Alphabet Research

13.00 – 14.00 Lunch Break

Pomeriggio - La ricerca per l'innovazione e il problem solving

14.00 – 15.30 Creatività applicata e problem solving: una selezione ragionata di tecniche e la loro applicazione pratica - 1° parte

Alessandro Amadori – Direttore Generale Coesis Research

15.30 – 15.45 Coffee Break

15.45 – 17.15 Creatività applicata e problem solving - 2° parte

Alessandro Amadori – Direttore Generale Coesis Research

MODULO QUANTITATIVO

Mercoledì 13 Aprile 2011: Metodologia, tecniche e uso delle ricerche quantitative (1° giornata)

Tutor: Patrizia Elli - Consulente, Pavan Insights

Mattina - L'utilizzo delle ricerche in azienda e i dati continuativi

9.15 – 11.00 Testimonianza aziendale

Massimo Cesaretti – Direttore Ricerche sul Consumatore, Soremartec Italia - Gruppo Ferrero

11.00 – 11.15 Coffee Break

11.15 – 13.00 La mappa e la bussola per affrontare il mercato

Ludovico Galimberti – Direttore Scientifico SymphonyIRI Group

Pomeriggio - La progettazione della ricerca

14.00 – 15.30. Dagli obiettivi dell'azienda all'individuazione della metodologia appropriata: come rispondono oggi le ricerche alle principali domande di marketing

Fabio Da Col – Marketing Group Director, Ipsos

15.30 – 15.45 Coffee Break

15.45 – 17.15 Percorso esperienziale: dal briefing all'impianto metodologico

Fabio Da Col – Marketing Group Director, Ipsos

Patrizia Elli – Consulente, Pavan Insights

Giovedì 14 Aprile 2011: Metodologia, tecniche e uso delle ricerche quantitative (2° giornata)

Tutor: Patrizia Elli - Consulente, Pavan Insights

Mattina - Gli strumenti della ricerca quantitativa

9.15 – 10.15 Il campione

Paolo Mariani – Professore Associato Statistica Economica, Università Milano Bicocca

10.15 – 11.00 Percorso esperienziale: la scelta del campione migliore (numerosità e caratteristiche)

Paolo Mariani – Professore Associato Statistica Economica, Università Milano Bicocca

11.00 – 11.15 Coffee break

11.15 – 12.15 Il questionario e la raccolta dati

Margherita Sartorio Mengotti – Direttore di Ricerca, Swg e Docente Analisi dei Mercati, Università degli Studi di Trieste

12.15 – 13.30 Percorso esperienziale: la definizione dei principali aspetti da inserire nel questionario

Margherita Sartorio Mengotti – Direttore di Ricerca, Swg e Docente Analisi dei Mercati, Università degli Studi di Trieste

13.30 – 14.30 Lunch break

Pomeriggio - Come far parlare i risultati

14.30 – 16.00 Il trattamento dei dati

Nicola Aufiero – Direttore Generale GnResearch

16.00 – 16.15 Coffee Break

16.15 – 18.00

Testimonianza aziendale

Francesco Toscano – Customer Insight & Market Research Manager, Vodafone

Venerdì 15 Aprile 2011: Online: Approcci, strumenti, oggetti di ricerca

Tutor: Alberto Stracuzzi - Senior Account Manager, CFI Group

Mattina - Approcci e strumenti

9.15 – 10.15 Online research: i miti da sfatare e le “good practice”

Alberto Stracuzzi – Senior Account Manager, CFI Group

10.15 – 11.30 Powerful online: come l’esperienza si rimette in gioco

Maurizio Pucci – Amministratore Unico Interactive Market Research

11.30 – 11.45 Coffee Break

11.45 – 13.00 I Social Network nelle ricerche di mercato – Osservare, coinvolgere, segmentare

Federico Capeci – Direttore Generale Duepuntozero Research

13.00 – 14.00 Lunch Break

Pomeriggio - Soggetti ed oggetti di ricerca

14.00 – 15.30 Le Community di ricerca online: dal coinvolgimento alla co-creazione

Andrea Giovenali – Presidente Nextplora

15.30 – 15.45 Coffee Break

15.45 – 17.15 Misurare l’online: audience e cross-medialità

Luca Bordin – Managing Director, Nielsen Online

Moduli Tematici: 4 - 5/ 11 - 12 Maggio 2011

Mercoledì 4 Maggio 2011: Scenari e Mercati

Tutor: Antonio Besana - Direttore Commerciale, Gfk Retail & Technology Italia

Mattina

9.30 - 11.00 Retail Panel oltre la quota di mercato: come trarre valore aggiunto per la pianificazione strategica

Antonio Besana - Direttore Commerciale, Gfk Retail & Technology Italia

11.00 - 11.15 Coffee Break

11.15 - 13.00 Consumer Panel: il consumatore e la distribuzione

Andrea Corazzon - Added Value Services Director, The Nielsen Company

13.00 - 14.00 Lunch Break

Pomeriggio

14.00 - 15.30 Descrivere il consumatore: Sinottica

Gianluca Nardone - Direttore Dipartimento Sinottica, GfK Eurisko

15.30 - 15.45 Coffee Break

15.45 - 16.30 Gestire il territorio: Geomarketing

Antonio Besana - Direttore Commerciale, Gfk Retail & Technology Italia

16.30 - 17.30 Un caso concreto di utilizzo del Geomarketing nelle analisi sul consumatore: sinottica e Geomarketing

Gianluca Nardone - Direttore Dipartimento Sinottica, GfK Eurisko

Giovedì 5 Maggio 2011: La gestione della Marca

Tutor: Patrizia Elli - Consulente, Pavan Insights

Mattina

9.15 - 11.15 Come gestire e monitorare l'equity del brand

Stefano Carlin - Director of Business, TNS

Elena Pezzini - Head of Strategic Planner, JWT

11.15 - 11.30 Coffee Break

11.30 - 13.00 La Brand extension come strategia di crescita della marca

Giovanna Albano - Manager della divisione Nielsen BASES, The Nielsen Company

13.00 - 14.00 Lunch Break

Pomeriggio

14.00 - 15.30 Testimonianza aziendale

Massimo Cealti - Global Vice President Consumer and Market Insight, Symrise

15.30 - 15.45 Coffee Break

15.45 - 17.15 Dai valori alla partecipazione: l'ascolto come asset strategico della marca

Antonio Valente - Managing Partner, Lorien Consulting

Mercoledì 11 Maggio 2011: Dallo sviluppo della Comunicazione alla misurazione della sua efficacia

Tutor: Cecilia Gobbi – Direttore Generale Assirm

Mattina

9.15 – 11.00 Il tempo è uscito dai cardini. Evoluzione della comunicazione nell'era della società liquida

Alberto Contri – Presidente Pubblicità Progresso

11.00 – 11.15 – Coffee break

11.15 – 13.00 Ricerche a supporto dello sviluppo di un'attività di comunicazione: dalla "big idea" al "pre-test"

Federico Galimberti – Country Manager, Ipsos ASI

Chiara Berardi – Qualitative Group Manager, Ipsos

13.00 – 14.00 Lunch Break

Pomeriggio

14.00 – 15.30 Comunicazione + Media: misurare, comprendere e ottimizzare

Luca Belloni – Amministratore Delegato, Millward Brown

Roberto Rossi – Business Unit Director, Millward Brown

15.30 – 15.45 Coffee Break

15.45 – 17.15 Monitorare le attività below the line

Tommaso Pronunzio – Direttore di Istituto, Ales Market Research

Giovedì 12 Maggio 2011: Le ricerche per e sulla Distribuzione

Tutor: Patrizia Elli - Consulente, Pavan Insights

Mattina

9.15 – 11.00 Market insights per migliorare le performances aziendali

Roberto Galasso – Retail Service Account Director, SymphonyIRI Group

11.00 – 11.15 Coffee Break

11.15 – 13.00 Shopping Experience e misurazione delle performance delle reti di vendita

Carolina Gerenzani – Head of Sector, TNS

Francesco Toscano – Customer Insight & Market Research Manager, Vodafone

13.00 – 14.15 Lunch Break

Pomeriggio

14.15 – 15.15 Le osservazioni etnografiche e il loro utilizzo nella ricerca sui punti vendita

Daniela Ostidich – Presidente Marketing & Trade

15.15 – 15.45 Testimonianza aziendale

Francesco Cecere – Direttore Pianificazione e Controllo Direzionale, Coop Italia

15.45 – 16.00 Coffee Break

16.00 – 16.30 Testimonianza aziendale

Samuela Cesati - Consumer Insight Manager, Kraft Foods

16.30 – 17.30 Tavola Rotonda