

Giornate formative Assirm per Confservizi

MATTINA: Commissionare un'indagine di mercato

Sessione collettiva, lezioni dirette, domande e discussione

- 9,00 – 9,45 **Le indagini di mercato nel quadro degli assetti istituzionali e regolatori dei servizi pubblici locali**
Guido Del Mese, Coordinatore del Comitato di Direzione - CONFSEVIZI
- 9,45 – 11,00 **Dal problema aziendale alla definizione dei bisogni conoscitivi**
Come formulare un briefing efficace evidenziando il background, gli obiettivi di marketing, gli obiettivi conoscitivi e i vincoli, i target di riferimento, gli eventuali dati disponibili in azienda
Quali approcci di ricerca per rispondere a quali bisogni: le ricerche qualitative, le quantitative, le integrate; i benefici ed i limiti relativi. Gli elementi chiave di valutazione della metodologia e della qualità dei processi di esecuzione della ricerca ai fini della selezione dell'istituto/progetto di ricerca.
Giacomo Galante, Managing Director - G&G
Gianfranco Cataldi, Direttore di Ricerca – G&G
Giuseppe Torre, Direttore di Ricerca – G&G
- 11,00 – 11,15 Pausa/Coffee break
- 11,15 – 12,30 **Le tipologie di indagine per il settore dei servizi di pubblica utilità**
Panoramica sui diversi tipi di indagini utili al settore (corporate image, Customer satisfaction, Mystery shopping, analisi del clima aziendale, efficacia della comunicazione, qualitative su bisogni e percezione relativi all'azienda/servizio, su innovazione, ricerche online, analisi dei social network)
Stefano Carlin, Direttore Servizio Clienti – TNS
- 12,30 – 13,00 **Domande e discussione**
- 13,00 – 14,30 Light lunch break

POMERIGGIO: Utilizzare i risultati di un'indagine

Tre sessioni differenziate di approfondimento settoriale: lezioni interattive

Percorsi esperienziale: interpretazione dei risultati di una case history del settore, con individuazione dei findings rilevanti ai fini decisionali

MODULO ASSTRA

- 14,30 – 16,00 **La qualità nel settore del trasporto pubblico: qualità erogata e qualità percepita**
Percorso esperienziale tramite analisi di una case history del settore: esame della rispondenza dell'impianto metodologico agli obiettivi del briefing, individuazione dei risultati salienti, valutazione dei risultati, conclusioni e decisioni operative conseguenti.
Marta Lepore, Owner - TMT PRAGMA
Novella Fantini, Direttore del Dipartimento Mobilità - PRAGMA

16,00 – 16,15 Pausa

16,15 – 17,45 **Far parlare tra loro ricerche diverse: brand image, employee engagement, U&A e la relazione con il cliente**

Percorso esperienziale tramite analisi di una case history: obiettivi della ricerca, impianto metodologico, risultati e conclusioni emergenti, loro utilità tattica e strategica.

Simone Pizzoglio, Managing Director - CFI Group

Alberto Stracuzzi, Senior Account Manager - CFI Group

MODULO FEDERUTILITY

14,30 – 16,00 **La qualità dei servizi: che cosa percepiscono i clienti, come valorizzare le specificità aziendali. Dal servizio indifferenziato alle potenzialità del brand del venditore**

Percorso esperienziale tramite analisi di una case history del settore: esame della rispondenza dell'impianto metodologico agli obiettivi del briefing, individuazione dei risultati salienti, valutazione dei risultati, conclusioni e decisioni operative conseguenti.

Elisa Simsig, Direttore di Ricerca – SWG

16,00 – 16,15 Pausa

16,15 – 17,45 **La Customer Satisfaction nel settore dei servizi di erogazione dell'acqua in Sardegna e uno studio psicofisico sulla valutazione del prezzo dell'acqua (case history)**

Percorso esperienziale tramite analisi di una case history del settore: esame della rispondenza dell'impianto metodologico agli obiettivi del briefing, individuazione dei risultati salienti, valutazione dei risultati, conclusioni e decisioni operative conseguenti.

Alessandro Amadori, Direttore – Coesis

Giorgio Pedrazzini, Vice Direttore - Coesis

Paolo Piazzalunga, Responsabile Ricerche Continue - Coesis

MODULO FEDERAMBIENTE

14,30 – 16,00 **Come misurare la soddisfazione nel settore dell'igiene ambientale**

Percorso esperienziale tramite analisi di una case history del settore: esame della rispondenza dell'impianto metodologico agli obiettivi del briefing, individuazione dei risultati salienti, valutazione dei risultati, conclusioni e decisioni operative conseguenti.

Salvatore Limuti, Amministratore Delegato - Marketing Management

Giuseppe Siino, Research Manager - Marketing Management

16,00 – 16,15 Pausa

16,15 – 17,45 **Impianti e territorio: quando la ricerca è un facilitatore nell'insediamento di nuovi impianti industriali. Case history: l'impatto di un impianto di ultima generazione: una centrale a biomassa**

Percorso esperienziale tramite analisi di una case history: obiettivi della ricerca, impianto metodologico, risultati e conclusioni emergenti, loro utilità tattica e strategica.

Simona Bellati, Direttore di Ricerca – ISPO

Paola Arrigoni, Capo di Dipartimento degli Studi Sociali - ISPO