

FORMAZIONE ASSIRM 2018 | MILANO

27 Giugno

DATA VISUALIZATION
Chiarezza e impatto
della comunicazione

18 Settembre

USARE I NUDGE
L'applicazione dell'architettura delle
scelte nel marketing e nelle HR

Coordinatore Scientifico | **Guendalina Graffigna**
Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

Spazio Cantoni
Via Giovanni Cantoni, 7
www.spaziocantoni.com

Orario
dalle 9.30 alle 17.30
Coffee Break & Lunch inclusi

Singola giornata
quota di iscrizione
350 € + IVA

Le iscrizioni alle giornate di formazione Assirm si possono effettuare **esclusivamente online** al seguente link

ISCRIVITI SUBITO ONLINE, CLICCA QUI

Per gli **Associati Assirm è riservato uno sconto del 20%** sulle singole iscrizioni
Per ulteriori informazioni: centrostudi@assirmservizi.com

27 Giugno

DATA VISUALIZATION

chiarezza e impatto della comunicazione

Abstract

La presentazione e la visualizzazione dei dati è sempre più rilevante nel nostro settore. PowerPoint non può più essere l'unica soluzione possibile! Il management ha sempre meno tempo da dedicare alla lettura del report e, al tempo stesso, vuole vedere e comprendere i risultati delle ricerche con modalità nuove e più efficienti. Una presentazione non adeguata alle aspettative del cliente svilisce tutto il lavoro condotto dall'azienda e dall'istituto di ricerca. Che dire poi della mole sempre crescente di informazioni che produciamo quotidianamente? Come condensare una grande quantità di dati in un'unica slide, rendendoli al tempo stesso facilmente fruibili? Come trarre vantaggio dalle interfacce sempre più sofisticate con cui oggi ci ritroviamo ad operare?

MATTINA 9.30/13.00

Paolo Ciuccarelli

Professore Associato, Politecnico di Milano e
Direttore Scientifico, DensityDesign Research Lab

Laureato in architettura, dal 2006 è Professore Associato presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, dove insegna dal 1999 nel Corso di Studi in Design della Comunicazione e presso la Scuola di Dottorato. Nel 2012 e poi nel 2016 è eletto Presidente del Corso di Studi in Design della Comunicazione. Co-editor della rivista scientifica "Big Data and Society" (SAGE) dal 2014, è stato visiting lecturer presso altre università in Europa e negli USA e membro di comitati scientifici e reviewer per alcune delle più importanti conferenze nell'ambito della visualizzazione dei dati e dell'Information Design. Conduce dal 2004 attività didattica e di ricerca su temi legati alla Design della Comunicazione applicato ai dati e alle informazioni; nel 2010 fonda il laboratorio di ricerca DensityDesign di cui è Direttore Scientifico. L'attività di ricerca del laboratorio e personale è focalizzata sulla progettazione di interfacce ed esperienze per la fruizione di dati e informazioni relativi a fenomeni sociali complessi in ambito governativo, industriale e per la facilitazione di processi di ricerca.

POMERIGGIO 14.30/17.30

Paolo Guadagni

Ceo e Founder - The Visual Agency

Paolo Guadagni fonda The Visual Agency nel 2012. L'agenzia è una delle pochissime strutture in Italia specializzate nella visualizzazione di dati e di informazioni complesse. Tra i clienti di The Visual Agency grandi gruppi italiani e internazionali come AIRC, Allianz, Assolombarda, Brembo, Eni, Luxottica, Pirelli, Samsung, Terna, Unicredit. Prima di partire con l'avventura di The Visual Agency, Guadagni ha fondato all'interno del gruppo WPP e diretto per 10 anni l'agenzia di comunicazione Digital PR, prima agenzia di relazioni pubbliche su Internet ed è stato responsabile EMEA della practise digitale di Hill&Knowlton. Dal 1988 al 2000 ha lavorato in Microsoft Italia con ruoli di crescente responsabilità fino a diventare direttore marketing della filiale italiana.

Spazio Cantoni
Via Giovanni Cantoni, 7
Milano

Mercoledì
27 giugno 2018
dalle 9.30 alle 17.30

Quota di
iscrizione
350 € + IVA

18 Settembre

USARE I NUDGE

L'applicazione dell'architettura delle scelte nel marketing e nelle HR

Abstract

Dopo il recente Nobel per l'economia a Richard Thaler, il tema dei "nudge" e dell'architettura delle scelte è sempre più di moda. Per "nudge" si intendono le "spinte gentili", realizzate da attori pubblici o privati, finalizzate a indirizzare le persone verso comportamenti prevedibili ("behavioral change"). Essi funzionano ristrutturando l'architettura delle scelte, cioè lo "spazio" cognitivo entro cui le persone (consumatori, lavoratori, cittadini) prendono le decisioni, senza alterare gli incentivi monetari e senza alcun tipo di obbligo, divieto o coercizione.

Questa giornata di formazione si propone di:

- ✓ Fornire un'introduzione ai nudge e all'utilizzo dell'architettura delle scelte (cosa sono e come si usano?)
- ✓ Esempificare una serie di applicazioni entro due contesti: il marketing (come usare i nudge con i propri clienti?) e le HR (come usare i nudge con i propri collaboratori?)
- ✓ Fornire un contributo critico (quali potenzialità e limiti? quali problemi etici?) sul tema dell'applicazione dei nudge e dell'architettura delle scelte.

È previsto l'intervento di due aziende: Neosperience in riferimento all'uso dei nudge nel marketing e Randstad in riferimento all'uso dei nudge nelle HR.

Edoardo Lozza

Professore Associato Facoltà di Psicologia - Università Cattolica di Milano

Edoardo Lozza è Professore Associato presso la facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano, dove insegna "Psicologia dei comportamenti economici" e "Psicologia dei consumi e del marketing" e dove è Coordinatore della Laurea Magistrale in "Psicologia per le Organizzazioni: Risorse Umane, Marketing e Comunicazione". Si occupa da anni di psicologia economica e behavioral economics, gli ambiti scientifici che hanno dato origine ai nudge, non solo in ambito di ricerca e insegnamento universitario, ma anche in prospettiva applicativa (attraverso collaborazioni con Aziende pubbliche e private sul tema).

Virginia Pergola

Senior Learning Consultant - Randstad



Senior Learning Consultant in Randstad HR Solution, responsabile delle soluzioni di sviluppo e formazione manageriale - la Randstad Executive Academy. Formatrice e consulente impegnata per lo sviluppo di comportamenti organizzativi funzionali al benessere e alle performance delle aziende, ha alternato il suo percorso in società di consulenza e aziende multinazionali nei settori telecomunicazioni, pharma e retail ricoprendo il ruolo di HR Training & Development Manager.

Chiara Bacileri

Psicologa del Marketing - Neosperience



Psicologa del Marketing presso Neosperience, software company italiana la cui piattaforma tecnologica offre alle aziende servizi innovativi di digital customer experience. Il suo ruolo consiste nell'aiutare le aziende a utilizzare le tecnologie digitali per comprendere meglio i comportamenti e la psicologia dei clienti, ottimizzando le loro strategie di marketing.

Spazio Cantoni
Via Giovanni Cantoni, 7
Milano

Martedì
18 Settembre 2018
dalle 9.30 alle 17.30

Quota di
iscrizione
350 € + IVA

27 Giugno

DATA VISUALIZATION
Chiarezza e impatto
della comunicazione

18 Settembre

USARE I NUDGE
L'applicazione dell'architettura delle
scelte nel marketing e nelle HR

Per gli **Associati Assirm** è riservato uno sconto **del 20%** sulle singole iscrizioni. Per ulteriori informazioni: **centrostudi@assirmservizi.com**

Coordinatore Scientifico
delle giornate è

Guendalina Graffigna.
Direttore Centro Studi
e Formazione Assirm.

Le iscrizioni alle giornate di formazione Assirm si possono effettuare esclusivamente online al seguente link:

www.assirm.it/formazione2018



Guendalina Graffigna, ha conseguito il dottorato di ricerca in Psicologia (con borsa) presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (UCSC) nel 2007, dove ora è Professore Associato. Nel 2017 ha conseguito l'abilitazione nazionale a Professore Ordinario. Presso l'Università Cattolica, Guendalina insegna "Psicologia per il Marketing Sociale", è coordinatore del corso di perfezionamento in "Social and Consumer Information Scientist for Marketing Intelligence" e membro del coordinamento della scuola di dottorato in Psicologia. Dal 2015 è Direttore del Centro Studi e Formazione Assirm e Scientific Advisor di COPE, (Consortium for Patient Engagement). Guendalina vanta più di 10 anni di attività scientifica dedicata ai temi della Consumer Health Research e dell'applicazione delle nuove tecnologie per l'innovazione dei sistemi sanitari. Nel corso del 2014 ha validato la prima scala per la misurazione del Patient Engagement (Patient Health Engagement Scale) attualmente in corso di traduzione e adattamento in Cina, Korea, Thailandia, Spagna, Brasile e Canada e già adottata in diverse realtà cliniche italiane e estere. Ha all'attivo oltre 150 pubblicazioni scientifiche tra articoli internazionali e volumi, primariamente centrati sui temi del Consumer Engagement, della Online Marketing Research e della Consumer Health.