

Apertura Lavori



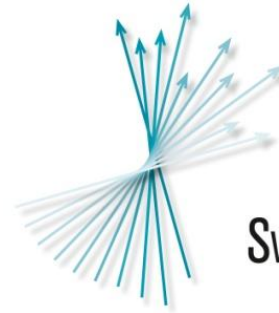
CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

TOMMASO PRONUNZIO

Direttore Ales Market Research e Consigliere Assirm

**COME BATTERE LA CRISI?
INNOVARE, INNOVARE, INNOVARE**

Il futuro non è più quello di una volta



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

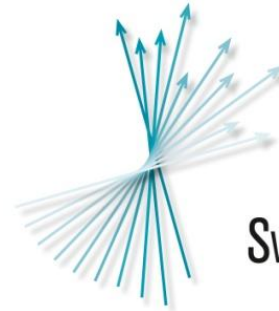
Non ci sono aziende brave ed aziende meno brave,
...ma aziende pigre ed aziende attive!

- Acquisire una conoscenza approfondita del contesto in cui si opera
- Orientare le proprie strategie
- Massimizzare le opportunità di successo e ridurre i rischi d'impresa
- “Capire” le dinamiche percettive, attitudinali e comportamentali dei consumatori e soprattutto anticiparne l'evoluzione cogliendo la direzione del cambiamento.



Atterrereste nella nebbia con una strumentazione mediocre?

ASSIRM è ...



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

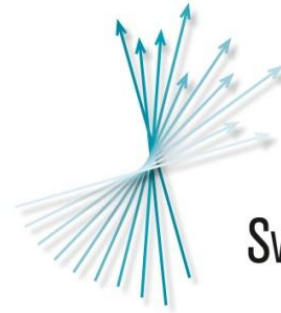
presidio del **Sapere**

erogazione di **Servizi** agli
Associati

rapporti **Istituzionali**

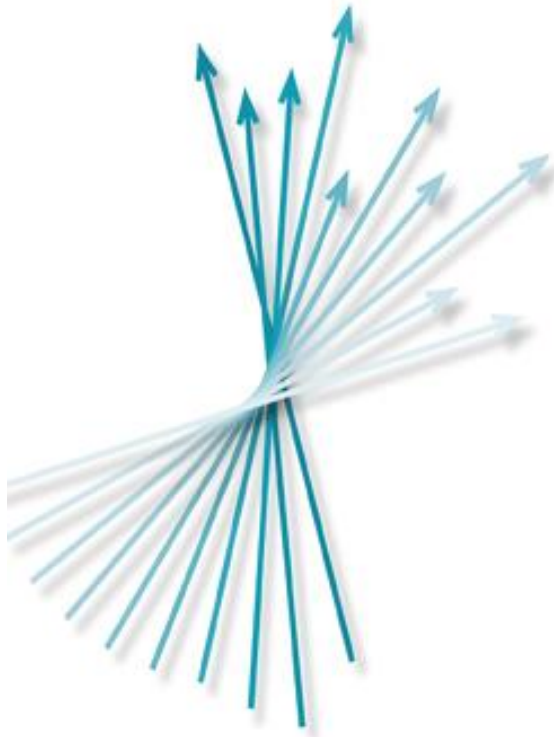
impulso alla **Crescita**
del Settore

**Provocate,
mettete in discussione...**



ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

**CONSUMER INSIGHT
CONSUMER NEEDS
SVILUPPO NUOVI PRODOTTI**



- I fattori che condizionano le probabilità di successo
- I bisogni dei consumatori, tra sistematicità ed intuizione
- Quando la metodologia coglie nel segno