

# XV EDIZIONE CORSO ASSIRM IN RICERCHE DI MERCATO



## INTRODUZIONE

Mai come nell'attuale congiuntura economica le ricerche sono di importanza cruciale: consentono di acquisire una conoscenza approfondita del contesto in cui si opera, orientare le strategie di marketing, massimizzare le opportunità di successo e ridurre i rischi d'impresa. Ponendosi come interfaccia tra le imprese e il mercato, le ricerche consentono di conoscere e "capire" le dinamiche percettive, attitudinali e comportamentali dei consumatori e soprattutto di anticiparne l'evoluzione cogliendo la direzione del cambiamento.

Per sviluppare le competenze necessarie ad un uso efficace delle ricerche di mercato e sociali, ASSIRM propone la XV edizione del suo Corso in Ricerche di Mercato, quest'anno in una edizione rinnovata volta ad intercettare al meglio le esigenze formative dei professionisti d'Azienda. Il corso infatti è strutturato a partire dai "PROBLEMI DEL MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO" che le Aziende si trovano quotidianamente ad affrontare (dalla conoscenza dei mercati e dei consumatori, allo studio della marca, alla gestione della comunicazione e del marketing mix), al fine di formare competenze di base circa la scelta e l'uso delle principali metodologie della ricerca di mercato.

Le 5 giornate del corso sono concepite come moduli formativi autonomi, che prevedono un'articolazione didattica "verticale": cioè una prima mezza giornata a carattere introduttivo, per approfondire le grandi tematiche «di base», ed una seconda mezza giornata volta a dare spazio a tematiche «emergenti» (argomenti più specialistici su cui si sta concentrando il dibattito metodologico).

Il corso si rivolge a professionisti d'Azienda con diversi livelli di seniority. Le mattine, affrontano tematiche di base, la cui conoscenza è fondamentale per un giovane professionista. I pomeriggi affrontano tematiche emergenti e costituiscono un'importante occasione di aggiornamento per tutti i professionisti d'Azienda, trasversalmente ai diversi livelli di esperienza. La docenza è affidata ai più noti professionisti dei maggiori istituti di ricerca, i quali affronteranno gli argomenti con un taglio fortemente operativo, alternando le lezioni frontali con case histories di eccellenza, esercitazioni pratiche, role playing e momenti di confronto individuali e di gruppo. Il processo formativo è accompagnato da un'azione di tutoraggio volta a facilitare l'apprendimento attraverso l'esperienza diretta, la discussione in aula e la traduzione in pratica della teoria.

La partecipazione è a numero chiuso per favorire il confronto diretto dei partecipanti con i docenti. Qui di seguito il dettaglio dei contenuti didattici della XV edizione del corso ASSIRM.

### Direzione Scientifica

**Alessandro Amadori**  
Direttore Centro Studi e Formazione  
**Guendalina Graffigna**  
Vice Direttore Centro Studi e Formazione

### Direzione Operativa

**Cecilia Gobbi**, Direttore Generale

Per informazioni e iscrizioni  
contattare la Segreteria Organizzativa

### ASSIRM

Tel 02 58315750  
[www.assirm.it](http://www.assirm.it) - [info@assirm.it](mailto:info@assirm.it)

Ottobre  
Martedì

3

#### LE TEMATICHE DI BASE

##### **Scenari, processi economici e analisi dei consumers' needs**

**Tutor:** Claudia Cargnoni - Measurement Science Europe Director, SymphonyIRI Group

##### *Mattino:*

- 1. Diagnosticare flussi e processi economici: i panel**  
Daniele Gilli - Commercial Director, SymphonyIRI Group
- 2. La profilazione dei target: le ricerche psicografiche e le indagini sugli stili di vita**  
Gianluca Nardone - Direttore Dipartimento Sinottica, GfK Eurisko

##### *Pomeriggio:*

- 1. Le strategie a supporto del consumer insight: le ricerche a supporto dell'individuazione dei bisogni e dei desideri dei consumatori**  
Federico Capeci - Amministratore Delegato, Duepuntozero Research
- 2. L'individuazione dei trend emergenti di consumo e il processo di innovazione dell'offerta: le tecniche di ricerca a supporto**  
Francesco Toscano - Group Consumer Marketing Manager, Indesit

Ottobre  
Giovedì

4

#### LE TEMATICHE DI BASE

##### **La gestione della comunicazione: dalle ricerche a supporto della creatività alla verifica dei risultati**

**Tutor:** Guendalina Graffigna - Vice Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

##### *Mattino:*

- 1. Dallo sviluppo alla finalizzazione dei messaggi di una campagna: dalle ricerche creative ai copy test**  
Federico Galimberti - Direttore Divisione ASI, IPSOS
- 2. I tracking pubblicitari: la misurazione del sedimento comunicativo e dell'efficacia**  
Elena Bernini - Key Accounts Development Director, Millward Brown

##### *Pomeriggio:*

- 1. L'integrazione dei canali convenzionali e non convenzionali**  
Nicola Lampugnani - Executive Creative Director, TBWA
- 2. Il below the line**  
Raffaella Fidanza - Amministratore Delegato, EuroTarget

Ottobre  
Martedì

9

#### LE TEMATICHE DI BASE

##### **Il ciclo di vita della marca: dalla generazione del valore alla verifica della salute**

**Tutor:** Guendalina Graffigna - Vice Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

##### *Mattino:*

- 1. La marca come relazione: dall'analisi della brand image al brand engagement**  
Rossana Dell'Isola - Direttore Commerciale, People
- 2. L'analisi della salute della marca: la valutazione dell'equity**  
Franca Ferrari - Responsabile Dipartimento Qualitativo, DOXA

##### *Pomeriggio:*

- 1. Il rilancio e la generazione di nuovo valore di marca: la co-costruzione del valore tra Azienda e Consumatore**  
Paolo Melegari - Consumer Insight Manager, Barilla
- 2. La marca come forza aggregante: l'analisi delle brand community**  
Andrea Giovenali - Presidente, Nextplora

Ottobre  
Mercoledì

10

#### LE TEMATICHE DI BASE

##### **Il ciclo di vita del prodotto: la gestione del marketing mix**

**Tutor:** Alessandro Amadori - Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

##### *Mattino:*

- 1. Le tecniche di previsione volumetrica**  
Nicola Neri - Vice President, Nielsen Bases
- 2. Dalla generazione all'ottimizzazione del prodotto**  
Tommaso Pronunzio - Direttore, Ales Market Research e Letizia Leprini - New Business Development Director, Ales Market Research

##### *Pomeriggio:*

- 1. Il ruolo della sensory science nella valutazione della performance dei prodotti**  
Federica Russo - Researcher Consumer & Sensory Science Unit, Adacta
- 2. Il prodotto e l'esposizione nel punto vendita**  
Marta Pavan - Business Director, TNS

Ottobre  
Giovedì

11

## LA TEMATICA SPECIALISTICA

### La customer satisfaction: stato dell'arte e nuovi territori di applicazione

Tutor: Alberto Stracuzzi - Business Director, CFI Group

#### Mattino:

**1. L'Ascolto del cliente, dagli indicatori di performance alle aree di investimento: l'analisi predittiva**

Alberto Stracuzzi - Business Director, CFI Group

**2. Misurare la Customer Experience: come monitorare gli "intangibles assoluti" nella relazione**

Carlo Fontana - General Manager, Hotel Lugano Dante

#### Pomeriggio:

**1. La soddisfazione del cittadino sui servizi di pubblica utilità**

Maria Novella Fantini - Responsabile Dipartimento Mobilità, Pragma

**2. La Customer Satisfaction d'impresa: come segmentare la clientela e come confrontarsi con il mercato**

Carolina Gerenzani - Account Director, TNS e Stefano Carlin - Business Director, TNS

Agli iscritti verrà rilasciato un Attestato comprovante le giornate di frequenza e le competenze acquisite

-10%

#### ADVANCE BOOKING

Speciale Advance Booking **SCONTO 10%**

per iscrizioni **singole** entro il 31/08/2012

-15%

Speciale Advance Booking **SCONTO 15%**

per iscrizioni **multiple** entro il 31/08/2012

#### PROPOSTA ECONOMICA

Mezza giornata: 300,00

**1 GG.** 500,00

**2 GG.** 900,00

**3 GG.** 1.200,00

**4 GG.** 1.400,00

**5 GG.** 1.500,00

#### 2 partecipanti di una stessa azienda

sconto 15% complessivo

#### 3 o più partecipanti di una stessa azienda

sconto 20% complessivo

#### SCONTO ASSOCIATI

50%

#### SCONTO ASSOCIATO CHE PORTA UN CLIENTE

1 presenza gratuita

3 4 9 10 11 OTTOBRE

Milano 2012

Spazio Chiossetto

Via Chiossetto, 20

Per informazioni e iscrizioni contattare la Segreteria Organizzativa

**ASSIRM** Tel 02 58315750 - [www.assirm.it](http://www.assirm.it) - [info@assirm.it](mailto:info@assirm.it)

In caso di iscrizioni multiple, preghiamo di inviare più copie della presente scheda.

Compilare la scheda in stampatello ed inviarla via fax al numero: 02 58315727, o via e-mail a: [centrostudi@assirmservizi.com](mailto:centrostudi@assirmservizi.com) unitamente alla copia del bonifico bancario.

Nome	Cognome
Qualifica	
Società/Ente	
P.IVA	C.F.
Vs. numero d'ordine o riferimento	
Indirizzo	
CAP	Città
Telefono	E-mail
<b>E' obbligatorio inserire tutti i dati</b>	Timbro e firma

**Giornata singola**  
(indicare la data)

---

**2 Giornate**  
(indicare le date)

---

**3 Giornate**  
(indicare le date)

---

**4 Giornate**  
(indicare le date)

---

**Completo**  
5 GIORNATE

---

**Mezza Giornata**  
(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 2012 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).

**Dati per  
pagamento**

**ASSIRM SERVIZI srl - Credito Artigiano sede di Milano Stelline**  
**IBAN: IT23T035120161400000002759**

**Successivamente al pagamento verrà emessa regolare fattura da:**  
**ASSIRM SERVIZI srl - Sede operativa e legale, Via Mercalli, 11 - 20122 Milano**  
**P.IVA 12094140154**

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: [info@assirm.it](mailto:info@assirm.it)