

# XVI EDIZIONE CORSO ASSIRM IN **RICERCHE DI MERCATO**

| 8 | 9 | 10 | 15 | 16 | 17 | OTTOBRE 2013

| **MILANO**

| 27 | 28 | NOVEMBRE 2013

| **ROMA**

## 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 **XVI edizione del suo Corso in Ricerche di Mercato, per la prima volta erogato in due sedi didattiche: Milano e Roma.**

Il Corso 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, alla generazione di insight per l'innovazione dell'offerta), al fine di **formare competenze di base circa la scelta e l'uso delle principali metodologie della ricerca di mercato.** Le 8 giornate del corso (6 a Milano e 2 a Roma) sono concepite come moduli formativi autonomi, concepiti come "full immersion esperienziale" sulle tematiche proposte.

Il corso si rivolge a **professionisti junior d'Azienda** che si interfacciano con il mondo delle ricerche di mercato (area marketing, area comunicazione, area commerciale, area digital...). Le lezioni sono infatti concepite come prima introduzione al mondo della ricerca di mercato e sono finalizzate a passare conoscenze di base circa i principi metodologici e tecnici dei diversi approcci di ricerca e i criteri di scelta delle diverse opzioni alla luce dei concreti problemi di marketing dell'Azienda.

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. L'attività formativa sarà inoltre coadiuvata da piccole attivazioni a distanza (esercitazioni/pre-task) richieste ai corsisti dai docenti e dal tutor.

## Direzione Scientifica

Alessandro Amadori  
Direttore Centro Studi e Formazione

Guendalina Graffigna  
Vice Direttore Centro Studi e Formazione

Elisabetta Gentili  
Consigliere

Fabrizio Morandi  
Vice Presidente

## Ufficio stampa ASSIRM

**eos comunica**  
Paolo Monti +39 393 9802757  
paolo.monti@eoscomunica.it

Daniela Mase +39 393 9540522  
daniela.mase@eoscomunica.it

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

Per informazioni e iscrizioni contattare la Segreteria Organizzativa **ASSIRM**

Tel 02 58315750  
info@assirm.it - www.assirm.it

**MILANO**

orario: 9.00 / 17.00

**8 ottobre**

**INSIGHT E INNOVAZIONE:**  
conoscere il cliente e prevedere tendenze

Le ricerche qualitative a supporto della creatività

Le ricerche per il cool hunting

**9 ottobre**

**LE RICERCHE PER IL PRODOTTO:**  
dalla generazione all'ottimizzazione

Il funnel delle ricerche sul prodotto

Il ruolo della sensory science nella valutazione della performance dei prodotti

Le tecniche di analisi volumetrica

**10 ottobre**

**LA RICERCA PER IL BRANDING:**  
naming, immagine, reputation

Il funnel delle ricerche a supporto della generazione e della verifica del capitale di immagine

Il brand come «segnale»: il contributo della ricerca semiotica

Le tecniche di analisi della online brand reputation

**15 ottobre**

**IL CLIENT-BRAND BOUND:**  
dall'analisi della brand equity all'analisi del brand-engagement

Modelli consolidati di valutazione della brand equity

Nuove frontiere della ricerca quali-quantitativa applicata all'analisi del consumer engagement

**16 ottobre**

**LA RICERCA PER L'ADVERTISING:**  
dalle ricerche a supporto della creatività alla verifica dei risultati

*A chi comunicare?* Le ricerche di segmentazione e profilazione dell'audience

*Cosa comunicare?* Dalle ricerche per la generazione del concept al copy test

*Quale efficacia della comunicazione?*  
I tracking pubblicitari

**17 ottobre**

**LA CONSUMER EXPERIENCE NEL PUNTO VENDITA**

Lo shadowing e il mystery shopping

Le ricerche per lo studio del design e l'ottimizzazione dell'atmosfera del punto vendita

**ADVANCE BOOKING**

Speciale Advance Booking **SCONTO 15%** per iscrizioni **singole** entro il 30/06/2013

Speciale Advance Booking **SCONTO 20%** per iscrizioni **multiple** entro il 30/06/2013

Altre soluzioni particolari potranno essere quantificate a parte

**PROPOSTA ECONOMICA:**

1 GG: 500,00

2 GG: 900,00

3 GG: 1.200,00

4 GG: 1.400,00

5 GG: 1.550,00

**6 GG (Corso Completo) 1.650,00**

Associati 50% sulle quote indicate + 1 presenza gratuita per Associato che portasse un cliente  
Aderenti Confindustria Intellect - 10%

**ROMA**

**27 novembre**

**LA RICERCA PER IL BRANDING:**  
naming, immagine, reputation

Il funnel delle ricerche a supporto della generazione e della verifica del capitale di immagine

Il brand come «segnale»: il contributo della ricerca semiotica

Le tecniche di analisi della online brand reputation

orario: 9.00 / 17.00

**28 novembre**

**LA RICERCA PER L'ADVERTISING:**  
dalle ricerche a supporto della creatività alla verifica dei risultati

*A chi comunicare?* Le ricerche di segmentazione e profilazione dell'audience

*Cosa comunicare?* Dalle ricerche per la generazione del concept al copy test

*Quale efficacia della comunicazione?*  
I tracking pubblicitari

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

È possibile iscriversi anche online al seguente indirizzo: [www.assirm.it/XVICorso](http://www.assirm.it/XVICorso)

<b>Giornata singola</b> (indicare la data)	<b>2 Giornate</b> (indicare le date)	<b>3 Giornate</b> (indicare le date)
<b>4 Giornate</b> (indicare le date)	<b>5 Giornate</b> (indicare le date)	<b>6 Giornate</b> (indicare le date)

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 2013 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 IL  
PAGAMENTO**

**ASSIRM SERVIZI srl - Credito Valtellinese, sede di Milano Stelline**  
**IBAN: IT63X052160161400000002759**

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

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)