

CALL FOR SPEAKERS



Consumer and buyer experience 2013

BUYING E CONSUMER HABITS
SCOPRIAMO UN MONDO
IN CONTINUA EVOLUZIONE

7 Novembre 2013
Auditorium Don Giacomo Alberione
Via Giotto 36 Milano

Convegno realizzato grazie al contributo degli Sponsor:



ARGOMENTI DEL CONVEGNO

I papers dovranno ispirarsi ad almeno uno dei seguenti argomenti:

1. *Esperienze di acquisto via web. Status, analisi comparate, resistenze e vantaggi.*
2. *Come si ricercano le informazioni per l'acquisto di un prodotto o servizio. Cosa cambia nella ricerca delle informazioni via web e nei canali tradizionali. Due mondi che si integrano.*
3. *L'analisi della consumer experience nelle sue componenti edoniche e sensoriali, il ruolo della consumer experience nel consolidare/mutare/alimentare la relazione tra il consumatore e il brand.*
4. *Servizi finanziari, prodotti farmaceutici, utilities, mass market, automobili e beni durevoli, elementi in comune e differenzianti nell'atto di acquisto e nel post purchase.*
5. *Da utente a cliente: una sfida al mondo delle utilities.*

LINEE GUIDA PER L'INVIO DELLE SINOSSI DEGLI INTERVENTI

REQUISITI E INDICAZIONI GENERALI:

1. Le sinossi devono dare una chiara e dettagliata idea dell'intervento proposto per consentire alla Commissione di valutarne la qualità, la rilevanza e l'interesse.
2. Indicare nella sinossi se vi è il rischio che l'intervento per una qualsiasi ragione non possa essere completato in tempo per presentarlo al convegno.
3. Evitare di includere nell'intervento qualsiasi messaggio di promozione del proprio istituto. Saranno accettati solo interventi di chiara rilevanza metodologica e applicativa e privi di riferimenti commerciali.
4. E' necessario che nel riferirsi ad una metodologia non si facciano paragoni denigratori o che si mettano in cattiva luce altre metodologie.

5. Tutto il materiale (sinossi e chart che si intendono proiettare) devono essere scritte in italiano.
6. Tutte le sinossi devono essere inviate **ENTRO e NON OLTRE il 3 Luglio 2013**. ASSIRM darà conferma di ricevimento via e-mail. In caso di mancata conferma, si prega cortesemente di avvisare chiamando il numero +39 02 58315750.
7. Tutte le sinossi devono avere una lunghezza di minimo 3 cartelle e massimo 10 cartelle.
8. Le seguenti informazioni devono essere fornite insieme alla sinossi:
 - **Titolo** dell'intervento proposto.
 - **Dati personali** dell'autore/i (nome, cognome, titolo, posizione), incluso l'indirizzo dell'azienda, il numero di telefono/fax e l'e-mail.
 - **Argomento** dell'intervento proposto.
 - **Tipologia** dell'intervento: applicazione metodologica, case study, argomentazione, nuovo ambito di ricerca, innovazione, aspetti di business.
 - **Eventuale Co-Speaker** dell'intervento: se lo speech sarà tenuto in affiancamento con persona di altra azienda (esempio: cliente)

STRUTTURA DELLE SINOSI

- **Abstract:** le sinossi devono essere precedute da un abstract che presenti i principali temi/problemi di ordine metodologico e conoscitivo che lo speech intende affrontare. E quindi: le ipotesi di partenza e le conclusioni del contributo.
- **Rilevanza:** le sinossi devono indicare chiaramente per quali motivi il contributo è rilevante per la comunità dei ricercatori o delle aziende. E per quali motivazioni il contributo è in grado di colmare lacune metodologiche, conoscitive. Sono particolarmente apprezzati contributi che presentino soluzioni "di frontiera".
- **Articolazione (struttura) dello speech o contributo definitivo:** si tratta quindi di indicare una sommaria articolazione dei temi (esempi: case history 1, case history 2, ...) e dei capitoli/sezioni.
- **Informazioni sulla presentazione – esempi:** il materiale aggiuntivo che verrà utilizzato nell'esposizione (case histories, materiale video, apparato iconografico, ecc.).
- **Riferimenti bio-bibliografici** di precedenti lavori dell'autore/i e di conferenze in cui ha presentato interventi (nome della conferenza/e, organizzatore, data e luogo di svolgimento).

Presentando l'intervento, l'autore/i deve garantire che:

- Abbia ottenuto il permesso dal cliente e/o da terzi rilevanti di presentare e pubblicare il materiale contenuto nell'intervento e nelle charts.
- Il contributo non violi alcun copyright, o altro diritto di proprietà intellettuale/ autoriale di co-autori, clienti o terzi.
- L'autore si fa garante che ASSIRM non sarà soggetta a nessun richiamo o rivendicazione da parte di co-autori, clienti e/o terzi, per mancate autorizzazioni a presentare i contenuti dell'intervento.
- L'autore conferisce ad ASSIRM il diritto di pubblicare su qualunque rivista o altro mezzo di comunicazione, cartaceo, visivo o elettronico, il paper o le chart presentati al convegno, naturalmente sempre citandone l'autore ed il convegno nel quale è stato presentato.

CRITERI DI SELEZIONE

Esame delle sinossi da parte della Commissione di Valutazione:

- Il giudizio della Commissione di Valutazione è insindacabile e incontestabile.
- I parametri in base ai quali una sinossi sarà ritenuta non adatta o non pertinente saranno: la non attinenza al tema, la non rilevanza degli argomenti trattati, la non originalità e la presenza di un approccio commerciale.

- Il parametro che, invece, prevarrà per la scelta delle sinossi sarà lo spessore scientifico o metodologico, nonché l'esperienza dello speaker di tenere presentazioni in pubblico e, quindi, la notorietà, capacità ed esperienza riconosciuta dello speaker.
- La qualità del contenuto: contributi innovativi, supportati da esempi concreti e ricerche empiriche, vengono preferiti a quelli che seguono linee discorsive e metodologiche già affermate.
- L'originalità: nel caso il paper fosse già stato presentato in altre occasioni, si prega di indicare dove e quando.
- L'utilizzo di case studies (preferibilmente interventi congiunti di fornitore/committente) diretti a dimostrare come la ricerca abbia dato valore aggiunto al committente. La sola presenza di un cliente finale non è comunque elemento sufficiente per essere selezionato.
- Rilevanti applicazioni al marketing.

Precedenza nella scelta degli speaker:

- Per eventi che prevedono 6 presentazioni: 4 saranno ad appannaggio degli sponsor e 2 dei non sponsor.
- Tra le sinossi presentate dagli sponsor, saranno escluse solo le sinossi ritenute non adatte o non pertinenti o comunque ritenute di qualità non in linea con le aspettative.
- Se il numero delle sinossi degli sponsor fosse superiore a 4, si dovrà procedere alla selezione delle migliori 4 sinossi pervenute e solo queste saranno ammesse. Posto che il numero totale degli interventi sia pari a 6, le sinossi dei non sponsor concorreranno a partecipare alla selezione di 2 paper.
- Se il numero delle sinossi degli sponsor fosse inferiore a 4 e tutte fossero ritenute in linea con le caratteristiche di ammissibilità, tutte le sinossi degli sponsor saranno accettate e le sinossi dei non sponsor concorreranno a partecipare alla selezione di un numero di paper complementare a 6 rispetto al numero di sinossi di sponsor ammessi.
- Gli sponsor che dovessero presentare una sinossi, accettano sin da ora e senza riserve, l'insindacabilità e l'incontestabilità delle decisioni della Commissione di Valutazione.
- Gli interventi a carattere promozionale non saranno accettati.

I membri della Commissione di Valutazione sono:

- Valeria De Silvestro (Market Research Manager Ing Direct)
- Elisabetta Gentili (Vice Direttore Generale Pragma e Consigliere Assirm)
- Guendalina Graffigna (Vice Direttore Centro Studi e Formazione Assirm)
- Filippo Nardi (Insight Director Soremartec – Gruppo Ferrero)
- Tommaso Pronunzio (Partner Ales Market Research e Consigliere Assirm)

I membri della Commissione non potranno in alcun modo prendere parte alla Giuria Tecnica preposta alla selezione del miglior paper.

I membri della Commissione di Valutazione si impegnano affinché nessuna sinossi venga presentata dai dipendenti dell'azienda presso la quale lavora ognuno di essi.

La presenza nella Commissione di Valutazione può coesistere, invece, con l'eventuale decisione da parte dell'azienda presso la quale lavorano ognuno dei membri della commissione di sponsorizzare l'evento.

Inviando la sinossi, l'autore/i sa che:

- Le decisioni di selezione della Commissione sono insindacabili ed incontestabili.
- Le decisioni della Commissione sono riservate ed essa non ha obblighi di fornire informazioni circa le ragioni di selezione e rifiuto, né all'autore/i né a terzi.

- La Commissione, valutate le sinossi pervenute, si riserva il diritto di cambiare le aree/gli argomenti del convegno, cambiandone il nome, cassando una o più aree o aggiungendone altre. Anche tale decisione della Commissione è da considerarsi insindacabile ed incontestabile.
- E'responsabilità dell'autore assicurarsi che l'intervento arrivi all'ufficio di ASSIRM correttamente, entro la scadenza prevista

TEMPISTICHE

Una volta accettate le candidature, gli autori dovranno preparare:

- una presentazione di charts in powerpoint /prezi da mostrare durante il convegno. L'intervento avrà una durata massima di **20 minuti**.

LE TEMPISTICHE PREVISTE SONO LE SEGUENTI:	ENTRO IL:
Presentazione delle sinossi (minimo 3 cartelle e massimo 10 cartelle)	3 luglio 2013
Selezione delle sinossi e comunicazione agli interessati	26 luglio 2013
Presentazione delle chart in power point/prezi	11 ottobre 2013
Presentazione di eventuale altro materiale (filmati, foto o altro) che si vuole venga presentato durante il convegno	23 ottobre 2013
Revisione del materiale per eventuale incongruenza con i criteri generali (per esempio nel caso in cui il paper presentasse finalità commerciali)	30 ottobre 2013

RICONOSCIMENTO PER IL "MIGLIOR" INTERVENTO AL CONVEGNO

ASSIRM ha deciso di istituire un riconoscimento per il "Miglior Intervento" all'interno dei propri eventi, con l'obiettivo di coinvolgere relatori e pubblico sempre più qualificati, dare visibilità all'evento, accreditare il valore delle iniziative ASSIRM all'interno della comunità di riferimento e favorire la partnership tra Istituti di Ricerca e Aziende Clienti. A svolgere questo compito sarà quindi chiamata una Giuria Tecnica, composta da rappresentanti di aziende clienti presenti all'evento. Di seguito i criteri di selezione. Al vincitore/i verrà assegnato da ASSIRM un attestato di riconoscimento.

CRITERI DI SELEZIONE DELLA GIURIA TECNICA:

- La Giuria Tecnica è composta da membri selezionati dalla Commissione di Valutazione del Convegno tra gli spender di ricerca iscritti al Convegno.
- Sarà nominata una Giuria diversa per ogni Convegno e i componenti non saranno resi noti.
- Ogni membro della Giuria, per ogni intervento, dovrà assegnare un punteggio da 0 a 10 in base a questi due criteri: innovatività del contenuto e rilevanza applicativa al marketing del tema trattato.
- Sarà premiato l'intervento che prenderà il voto più alto quale media tra i due criteri di valutazione sopra citati. In caso di ex-equo saranno dati due premi.
- Le decisioni di selezione della Giuria sono insindacabili. Per questo motivo la Giuria non avrà l'obbligo di fornire informazioni circa le ragioni di selezione né all'autore/i né a terzi.
- Le decisioni della Giuria verranno comunicate pubblicamente entro 5 giorni dalla data del Convegno e potranno essere oggetto di attività di comunicazione da parte di Assirm.

SCHEMA SINOSI

- **Titolo** dell'intervento proposto.
- **Dati personali** dell'autore/i (nome, cognome, titolo, posizione), incluso l'indirizzo dell'azienda, il numero di telefono/fax e l'e-mail.
- **Argomento** dell'intervento proposto.
- **Tipologia** dell'intervento: applicazione metodologica, case study, argomentazione, nuovo ambito di ricerca, innovazione, aspetti di business.
- **Eventuale Co-Speaker** dell'intervento: se lo speech sarà tenuto in affiancamento con persona di altra azienda (esempio: cliente)
- **Abstract:** Le sinossi devono essere precedute da un abstract che presenti i principali temi/problemi di ordine metodologico e conoscitivo che lo speech intende affrontare. E quindi: le ipotesi di partenza e le conclusioni del contributo.
- **Rilevanza:** le sinossi devono indicare chiaramente per quali motivi il contributo è rilevante per la comunità dei ricercatori o delle aziende. E per quali motivazioni il contributo è in grado di colmare lacune metodologiche, conoscitive. Sono particolarmente apprezzati contributi che presentino soluzioni "di frontiera".
- **Articolazione (struttura) dello speech o contributo definitivo:** si tratta quindi di indicare una sommaria articolazione dei temi (esempi: case history 1, case history 2, ...) e dei capitoli/sezioni.
- **Informazioni sulla presentazione – Esempi:** il materiale aggiuntivo che verrà utilizzato nell'esposizione (case histories, materiale video, apparato iconografico, ecc.).
- **Riferimenti bio-bibliografici** di precedenti lavori dell'autore/i, e di conferenze in cui ha presentato interventi (nome della conferenza/e, organizzatore, data e luogo di svolgimento).

N.B. Se il/i relatore fosse diverso dall'autore, specificare i dati personali del/i relatore e i suoi riferimenti bibliografici

Il paper è relativo alla seguente area del convegno:

1. Esperienze di acquisto via web. Status, analisi comparate, resistenze e vantaggi.
2. Come si ricercano le informazioni per l'acquisto di un prodotto o servizio. Cosa cambia nella ricerca delle informazioni via web e nei canali tradizionali. Due mondi che si integrano.
3. L'analisi della consumer experience nelle sue componenti edoniche e sensoriali, il ruolo della consumer experience nel consolidare/mutare/alimentare la relazione tra il consumatore e il brand.
4. Servizi finanziari, prodotti farmaceutici, utilities, mass market, automobili e beni durevoli, elementi in comune e differenzianti nell'atto di acquisto e nel post purchase.
5. Da utente a cliente: una sfida al mondo delle utilities.

N.B.: Nel caso il paper fosse già stato presentato in altre occasioni, si prega di indicare dove e quando.