



ASSIRM

RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

CONSUMER INSIGHT CONSUMER NEEDS SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

7 Giugno 2012

Auditorium

Don Giacomo Alberione

Via Giotto, 36 - Milano

La partecipazione al convegno è gratuita

È possibile iscriversi fino al 1° Giugno 2012
collegandosi al sito www.assirm.it

Per informazioni:

comunicazione@assirmservizi.com

Tel. 02 58315750

Evento organizzato grazie a:



programma

8.45 – 9.15

Accredito partecipanti

9.15 – 9.30

Apertura lavori e saluti del Presidente
ASSIRM – Umberto Ripamonti



Via Mercalli, 11 - 20122 MILANO

tel. 02 58.31.5750

fax 02 58.31.5727

www.assirm.it

I SESSIONE

I Fattori che condizionano le probabilità di successo

Modera Tommaso Pronunzio

*Direttore Ales Market Research
e Consigliere Assirm*

9.30 – 9.50

Dai trends al lancio di un prodotto di successo: come connettersi con il futuro

Luisa Vassanelli,
Head of Qualitative BU – Ipsos
Massimo De Benedittis
Marketing BU Director – Ipsos

9.50 – 10.10

Lanciare un prodotto di successo: scienza o fede?

Nicola Neri
*Vice President BASES and Consumer Research
– The Nielsen Company*

10.10 – 10.30

Dal Brand Engaging al Brand Engaged: strumenti di coinvolgimento dell'azienda cliente per un efficace sviluppo e implementazione di consumer insights

Federico Capeci
*Amministratore Delegato
– Duepuntozero Research*

10.30 – 10.40

Q&A

10.40 – 11.10

Coffee Break

II SESSIONE

L'Insight tra sistematicità e intuizione

Modera Guendalina Graffigna

Vice Direttore Centro Studi Assirm

11.10 – 11.30

L'innovazione come processo disciplinato, sistematico e controllabile

Cristina Colombo
Consumer Insight Director – TNS Italia
Paola Venco
Idea Architect – TNS Italia

11.30 – 11.50

NUP (Nokia University Program) advanced un esperimento di consumer counselling

Cinzia Paterlini
Qualitative Research Director – gnresearch
Elisabetta Ascione
*Market & Consumer Intelligence,
South Europe, Italy & Greece – Nokia Italia*

11.50 – 12.00

Q&A

III SESSIONE

Quando la metodologia coglie nel segno

Modera Elisabetta Gentili

Vice Direttore Pragma e Consigliere Assirm

12.00 – 12.20

Un laboratorio di consumer intelligence in ambiente Facebook: l'esperienza di University of Northampton

Marco Gastaut
Sales Director South Europe – Toluna
Barbara Spada
Technology Consultant – Toluna

12.20 – 12.40

I sistemi di analisi con i dati di carta fedeltà per il lancio di un nuovo prodotto

Susi Tondini
*CEO – Crea mc e Docente di Analisi di Mercato
– Università Bicocca*
Bruno Sfogliarini
*Direttore Ufficio Studi – Crea mc
e Docente di Statistica e Ricerche di Mercato
– Università IULM*

12.40 – 13.00

L'efficacia delle tecniche di creatività applicata nella produzione di idee per nuovi prodotti e servizi. Uno studio empirico di validazione

Francesca Conforti
*Responsabile Dip. Ricerche Qualitative
– Coesis Research*
Angela Feti
*Ricercatrice Dip. Ricerche Qualitative
– Coesis Research*

13.00 – 13.15

Q&A e Chiusura lavori

13.15 – 14.14

Light Lunch finale