



ASSIRM RESEARCH FORUM

IL VALORE E IL FUTURO DELLA CONOSCENZA

30 OTTOBRE 2014
CENTRO CONGRESSI ABI
VIA OLONA 2 - 20123 MILANO

La partecipazione al Convegno è gratuita.
Iscrizioni online aperte **fino al 24 Ottobre 2014** al seguente link
<http://www.assirm.it/convegno30ottobre/>
Per informazioni:
comunicazione@assirmservizi.com

Ufficio Stampa - eos comunica
Paolo Monti +39 393 9802757
paolo.monti@eoscomunica.it
Daniela Mase +39 393 9540522
daniela.mase@eoscomunica.it

CONVEGNO REALIZZATO GRAZIE AL CONTRIBUTO DI

Sponsor Platinum

NEXTPLORA 

Toluna 
In touch with people

Sponsor Gold


Carlo Erminero & Co.
RICERCA E CUSTOMER INTELLIGENCE

 **gnresearch**
SHOPPING EXPERIENCE

 **research now**




Istituto per gli Studi sulla Politica Opinare

NORSTAT

 **SSI**

 **VIA!**
ON LINE RESEARCH SOLUTIONS

Sponsor Silver

 **Ales**
Market Research

Sponsor Tecnico

 **EAC**
Il File degli Attori della Comunicazione

 **ASSIRM**
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Corso Magenta, 85 - 20123 Milano
Tel. 02 58315750 Fax 02 58315727
info@assirm.it
www.assirm.it

Media Partner

 **tvn media group** **CONSULMARKETING**
EUROPEAN MARKETING COMPANY

Con il patrocinio di

 **CONFINDUSTRIA**
i n t e l l i g e n t e

1 PARTE ISTITUZIONALE /9.00 - 10.45

Modera

Tommaso Pronunzio - *Consigliere Assirm e Partner Ales Market Research*

8.30/ ACCREDITO

9.00/ APERTURA a cura di

Umberto Ripamonti - *Presidente Assirm*

Intervengono

Sul Tema "DIGITAL INSIGHT"

Paola Patrini - *Research and Insight Manager Italy Yahoo*

Come gli insight vengono comunicati ai clienti interni ed esterni, quali dinamiche influenzano le priorità e le parole chiave per gli insight del futuro.

Sul Tema "BIG DATA"

Pietro Leo - *Executive Architect, IBM Italy CTO for Big Data Analytics & Watson, IBM Academy of Technology Leadership Team*

Dal Big Data al Cognitive Computing: affrontare la complessità e cogliere le nuove opportunità della trasformazione digitale della relazione con i clienti.

Sul Tema "LE ASPETTATIVE DEI CLIENTI"

Antonio De Caro - *Direttore Sviluppo Strategico Ferrarelle*

Andrea Cuomo - *Marketing Director Consumer Healthcare Pfizer*

Le attese, le implicazioni organizzative e le competenze, l'execution di marketing, il rapporto costi/benefici della Ricerca di Mercato nel business delle aziende.

2 PARTE/ WORKSHOP PARALLELI a cura degli SPONSOR /11.15 - 13.15

11.15 - 12.15

L'approccio qualitativo online: un'opportunità per le aziende, tra Netnography e Bulletin Board. Una case history dal mondo del pharma

Paola Tuè - *Direttore Dipartimento Studi Qualitativi ISPO Ricerche*
Silvia Valisi - *Ricercatrice Divisione Studi Digitali e Social Media Intelligence ISPO Ricerche*

Attribution Model: convertire più clienti ottimizzando creatività e visibilità dei messaggi al giusto target group

Andrea Giovenali - *CEO Nextplora*
Valerio Tutore - *Deputy Research Manager ADV & Media Nextplora*

Automazione ed integrazione Big Data nelle ricerche di mercato

Marco Gastaut - *VP Sales Southern Europe Toluna*
Tommaso Gandolfo - *Community-Panel Manager Toluna*
Gian Marco Saleri - *Marketing Officer Southern Europe Toluna*
Cosimo Finzi - *Amministratore Delegato AstraRicerche*

12.15 - 13.15

Action Research: conoscere e intervenire, subito

Carlo Erminero - *Presidente Carlo Erminero & Co.*
Fausta Faini - *Direttore Carlo Erminero & Co.*

Together we stand divided we fall.

Analytics e market research in sinergico supporto alle decisioni e ai processi aziendali

Nicola Aufiero - *Direttore Generale GN Research*

Research in a Mobile future

Pete Cape - *Global Knowledge Director SSI*
Andrea Colombo - *Sales Manager Southern Europe SSI*

3 PARTE/ SESSIONI LIBERE /14.30 - 16.30

Moderano

Alessandro Amadori - *Direttore Centro Studi Assirm e Direttore Generale Coesis Research*

Matteo Cantamesse - *Co Founder Spice Research*

Antonio Filoni - *Business Executive Manager Duepuntozero Research*

I° SESSIONE/ 14.30 - 15.30

HOMO DIGITALIS - NUOVE TECNOLOGIE, NUOVI COMPORTAMENTI, NUOVE SFIDE

Device e frammentazione media: impatto nella creazione di valore per il brand

Elisa Pucci - *Head of Marketing Insights Google Italia*
Cristina Colombo - *Chief Client Officer TNS Italia*

Come navigare la "Nuova Normalità"?

Nuove realtà, nuove sfide, nuove soluzioni

Andrea Loreti - *Group Director Ipsos Asi*
Ilenia Arzu - *Senior Researcher Ipsos Asi*

La "battaglia" delle scale di valutazione, per comprenderne il significato attraverso frontiere e strumenti di comunicazione

Patrizia Elli - *Director Research Now Italy*

II° SESSIONE/ 15.30 - 16.30

ENGAGING RESEARCH: NUOVI PARADIGMI E NUOVI CONFINI

Il futuro che vorrei: idee e soluzioni di una community online. Il potenziale dell'automazione nelle tecniche di indagine e nei processi di analisi

Massimo Nicolini - *Managing Director Nextplora*

Statistica per progettare distintività - Il valore previsionale della teoria dei giochi applicata alla Customer Satisfaction di Sara Assicurazioni

Marco Brachini - *Direttore Marketing Sara Assicurazioni*
Fabrizio Fornezza - *Business Unit Director GfK Eurisko*

InterAction: Una proposta di Sintesi tra Comunicazione e Rilevazione

Elena Ernst - *Partner Lexis Ricerche*
Andrea Fioritto - *Amministratore Delegato Aipern*

CHIUSURA LAVORI/ 16.30