

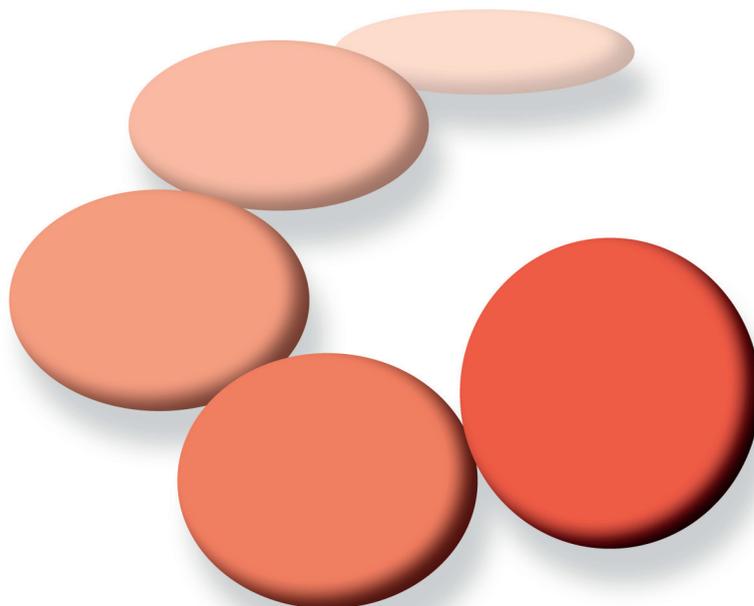
CONVEGNO REALIZZATO GRAZIE
AL CONTRIBUTO DEGLI SPONSOR



NEXTPLORA 



Ufficio Stampa
Paolo Monti
paolo@paolomonti.me
Mob. +39 393 98 .02 .757



COMUNICAZIONE E ADVERTISING

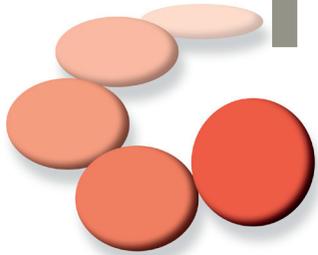
IL VALORE STRATEGICO DELLA RICERCA

La partecipazione al Convegno è gratuita
Iscrizioni aperte fino al 31 Ottobre 2012
sul sito www.assirm.it

Per informazioni:
comunicazione@assirmservizi.com
Tel. 02 58315750

8 Novembre 2012
Auditorium
Don Giacomo Alberione
Via Giotto 36 Milano

PROGRAMMA



8.45 - 9.15

Accredito partecipanti e welcome coffee

9.15 - 9.30

Apertura lavori e saluti del Presidente ASSIRM - *Umberto Ripamonti*

I SESSIONE

COME MISURARE L'EFFICACIA DI UNA CAMPAGNA: I KPI TRADIZIONALI SONO SUFFICIENTI?

Modera Tommaso Pronunzio

Direttore Ales Market Research e Consigliere Assirm

9.30 - 9.50

Dalla valutazione alla gestione del ROI

Gianluca Nardone, Sinottica&STP BU Deputy Director - GfK Eurisko

9.50 - 10.10

Tradizione vs Innovazione, Vecchio vs Nuovo, Conservatorismo vs Rivoluzione. Sono sufficienti gli indicatori di ricerca tradizionalmente utilizzati o è necessario individuarne di radicalmente nuovi?

Andrea Fagnoni, Country Manager - Ipsos Asi Italia

Andrea Loreti, Group Director - Ipsos Asi

10.10 - 10.30

Un nuovo approccio storico e sociologico per supportare lo sviluppo di una comunicazione TV efficace

Rossana Dell'Isola, Direttore Commerciale - People

Riccardo Vigliani, Partner e Responsabile Area Qualitativa - People

10.30 - 10.45

Q&A

10.45 - 11.15

Coffee Break

II SESSIONE

LA COMUNICAZIONE QUALE ASSET AZIENDALE

11.15 - 11.25

Le strategie di comunicazione delle aziende in un panorama complesso: il valore della conoscenza dei comportamenti

Giovanna Maggioni, Direttore Generale - UPA

11.25 - 11.35

La Comunicazione Sociale al passo con i tempi

Alberto Contri, Presidente - Fondazione Pubblicità Progresso

11.35 - 11.45

Q&A

III SESSIONE

COMUNICAZIONE ONLINE: UNA SFIDA PER IL FUTURO?

Modera Elisabetta Gentili

Vice Direttore Pragma e Consigliere Assirm

11.45 - 12.05

La misurazione della pubblicità online: comprendere le implicazioni metodologiche e governare la complessità

Alessandra Costa, Executive Research Director - Nextplora

12.05 - 12.25

Le misure dell'engagement nelle attività di comunicazione digitale

Stefano Carlin, Business Director - TNS

Giacomo Pietrogrande, Digital Manager - Red Cell

12.25 - 12.45

L'efficacia della pubblicità online: come misurarla

Robinson Leoni, Direttore Commerciale Italia - Research Now

12.45 - 13.15

Q&A e Chiusura Lavori

13.15 - 14.15

Light Lunch



Via Mercalli, 11 - 20122
MILANO

tel. 02 58.31.57.50
fax 02 58.31.57.27

www.assirm.it