

# FORMAZIONE ASSIRM 2018 | MILANO

**18 Settembre**

**USARE I NUDGE**  
L'applicazione dell'architettura delle  
scelte nel marketing e nelle HR

Coordinatore Scientifico | **Guendalina Graffigna**  
Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

**Spazio Cantoni**  
Via Giovanni Cantoni, 7  
[www.spaziocantoni.com](http://www.spaziocantoni.com)

**Orario**  
dalle 9.30 alle 17.30  
Coffee Break & Lunch inclusi

**Singola giornata**  
quota di iscrizione  
**350 € + IVA**

Le iscrizioni alle giornate di formazione Assirm si possono effettuare **esclusivamente online** al seguente link

**ISCRIVITI SUBITO ONLINE, CLICCA QUI**

Per gli **Associati Assirm è riservato uno sconto del 20%** sulle singole iscrizioni  
Per ulteriori informazioni: [centrostudi@assirmservizi.com](mailto:centrostudi@assirmservizi.com)

**18 Settembre**

**USARE I NUDGE**

**L'applicazione dell'architettura delle scelte nel marketing e nelle HR**

**Abstract**

Dopo il recente Nobel per l'economia a Richard Thaler, il tema dei "nudge" e dell'architettura delle scelte è sempre più di moda. Per "nudge" si intendono le "spinte gentili", realizzate da attori pubblici o privati, finalizzate a indirizzare le persone verso comportamenti prevedibili ("behavioral change"). Essi funzionano ristrutturando l'architettura delle scelte, cioè lo "spazio" cognitivo entro cui le persone (consumatori, lavoratori, cittadini) prendono le decisioni, senza alterare gli incentivi monetari e senza alcun tipo di obbligo, divieto o coercizione.

Questa giornata di formazione si propone di:

- ✓ Fornire un'introduzione ai nudge e all'utilizzo dell'architettura delle scelte (cosa sono e come si usano?)
- ✓ Esempificare una serie di applicazioni entro due contesti: il marketing (come usare i nudge con i propri clienti?) e le HR (come usare i nudge con i propri collaboratori?)
- ✓ Fornire un contributo critico (quali potenzialità e limiti? quali problemi etici?) sul tema dell'applicazione dei nudge e dell'architettura delle scelte.

È previsto l'intervento di due aziende: Neosperience in riferimento all'uso dei nudge nel marketing e Randstad in riferimento all'uso dei nudge nelle HR.

**Edoardo Lozza**

Professore Associato Facoltà di Psicologia - Università Cattolica di Milano

Edoardo Lozza è Professore Associato presso la facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano, dove insegna "Psicologia dei comportamenti economici" e "Psicologia dei consumi e del marketing" e dove è Coordinatore della Laurea Magistrale in "Psicologia per le Organizzazioni: Risorse Umane, Marketing e Comunicazione". Si occupa da anni di psicologia economica e behavioral economics, gli ambiti scientifici che hanno dato origine ai nudge, non solo in ambito di ricerca e insegnamento universitario, ma anche in prospettiva applicativa (attraverso collaborazioni con Aziende pubbliche e private sul tema).

**Virginia Pergola**

Senior Learning Consultant - Randstad



Senior Learning Consultant in Randstad HR Solution, responsabile delle soluzioni di sviluppo e formazione manageriale - la Randstad Executive Academy. Formatrice e consulente impegnata per lo sviluppo di comportamenti organizzativi funzionali al benessere e alle performance delle aziende, ha alternato il suo percorso in società di consulenza e aziende multinazionali nei settori telecomunicazioni, pharma e retail ricoprendo il ruolo di HR Training & Development Manager.

**Chiara Bacilieri**

Psicologa del Marketing - Neosperience



Psicologa del Marketing presso Neosperience, software company italiana la cui piattaforma tecnologica offre alle aziende servizi innovativi di digital customer experience. Il suo ruolo consiste nell'aiutare le aziende a utilizzare le tecnologie digitali per comprendere meglio i comportamenti e la psicologia dei clienti, ottimizzando le loro strategie di marketing.

**Spazio Cantoni**  
Via Giovanni Cantoni, 7  
Milano

**Martedì**  
**18 Settembre 2018**  
dalle 9.30 alle 17.30

**Quota di**  
**iscrizione**  
**350 € + IVA**

**18 Settembre**

**USARE I NUDGE**

**L'applicazione dell'architettura delle scelte nel marketing e nelle HR**


Per gli **Associati Assirm** è riservato uno **sconto del 20%** sulle singole iscrizioni. Per ulteriori informazioni: **centrostudi@assirmservizi.com**

Coordinatore Scientifico  
delle giornate è

**Guendalina Graffigna.**  
Direttore Centro Studi  
e Formazione Assirm.

Le iscrizioni alle giornate di formazione Assirm si possono effettuare esclusivamente online al seguente link:

**[www.assirm.it/formazione2018](http://www.assirm.it/formazione2018)**



**Guendalina Graffigna**, ha conseguito il dottorato di ricerca in Psicologia (con borsa) presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (UCSC) nel 2007, dove ora è Professore Associato. Nel 2017 ha conseguito l'abilitazione nazionale a Professore Ordinario. Presso l'Università Cattolica, Guendalina insegna "Psicologia per il Marketing Sociale", è coordinatore del corso di perfezionamento in "Social and Consumer Information Scientist for Marketing Intelligence" e membro del coordinamento della scuola di dottorato in Psicologia. Dal 2015 è Direttore del Centro Studi e Formazione Assirm e Scientific Advisor di COPE, (Consortium for Patient Engagement). Guendalina vanta più di 10 anni di attività scientifica dedicata ai temi della Consumer Health Research e dell'applicazione delle nuove tecnologie per l'innovazione dei sistemi sanitari. Nel corso del 2014 ha validato la prima scala per la misurazione del Patient Engagement (Patient Health Engagement Scale) attualmente in corso di traduzione e adattamento in Cina, Korea, Thailandia, Spagna, Brasile e Canada e già adottata in diverse realtà cliniche italiane e estere. Ha all'attivo oltre 150 pubblicazioni scientifiche tra articoli internazionali e volumi, primariamente centrati sui temi del Consumer Engagement, della Online Marketing Research e della Consumer Health.