



6 Maggio 2014
Aula Meucci - IULM - Milano
ore 15.00

Dal 2010 studiamo il mercato dei prodotti per l'infanzia. La coerenza dei dati ha evidenziato i profondi cambiamenti che già dal 2014 saranno determinanti per il successo delle aziende interessate.

L'osservatorio Matercom che vi presentiamo si avvale oggi, in esclusiva, dello studio degli archetipi in grado di mettere a fuoco fenomeni non percepiti da altri strumenti. L'analisi del web rileva inoltre l'influenza di internet sui comportamenti di acquisto.

INTERVENTI



Salvatore Limuti

Amministratore Delegato di Marketing Management

Vincenzo Russo

Docente di Psicologia dei Consumi IULM
Coordinatore Behaviour and Brain Lab

Giuseppe Siino

Quantitative research

Matteo Franconi

Web Analysis

Lo scenario e le nuove tendenze

Le implicazioni psicologiche nei comportamenti d'acquisto e il ruolo delle emozioni

I risultati di un anno di osservazione e lo studio degli archetipi

L'influenza del Web sugli acquisti e sui consumi

In occasione del convegno verrà consegnata una copia del rapporto annuale sulla maternità 2013

Marketing Management:

Via San Felice, 127 - 40122 Bologna - Tel. 051.0988140 - www.mm-r.it

Via Falcone, 7 - 20123 Milano - Tel. 02.86391470

per informazioni: Alessandra Coco - a.coco@mm-r.it

segreteria organizzativa 800016729

