

# 01

ASSIRM FORMAZIONE 2021

# PRINCIPLES OF MARKET RESEARCH

14  
SET

ORE 14.30 - 17.30

## LA SEGMENTAZIONE DI MERCATO: UTILIZZARE STRUMENTI STATISTICI PER UN POSIZIONAMENTO VINCENTE

Nessuna azienda può sopravvivere a lungo senza trovare nuovi clienti e conoscerne le caratteristiche. Per chi fa marketing la segmentazione è alla base delle strategie aziendali per lo sviluppo del prodotto, la pubblicità, la promozione, la definizione delle politiche di prezzo e la distribuzione.

Obiettivo del corso è quello di fornire gli strumenti statistici di cluster analysis attraverso la presentazione di numerosi esempi di applicazione a casi reali, così da guidare i partecipanti, in modo naturale, alle decisioni migliori per la soluzione di concreti problemi aziendali.

### IL PROGRAMMA

Il seminario parte dall'identificazione delle esigenze aziendali e si sviluppa, attraverso la presentazione di casi reali, nella definizione di:

- Processo di segmentazione di mercato
- Segmentazione probabilistica e deterministica: le differenze di approccio a seconda delle finalità
- Tecniche statistiche di cluster analysis. Logiche di base, distanze e similarità, metodi di raggruppamento:
  - Gerarchica
  - Centroid distance based (k-means)
  - Density based
- Discussione sui diversi metodi con valutazione dei pro e contro rispetto agli obiettivi attesi
- Segmentazioni territoriali: cenni di soluzioni di geomarketing

SINGOLO SEMINARIO ONLINE  
QUOTA DI ISCRIZIONE: **99 € + IVA**  
PER GLI ASSOCIATI ASSIRM  
È RISERVATO UNO **SCONTO DEL 20%**

Iscrizioni online, [registrati qui](#).

Per ulteriori informazioni:

**ASSIRM**

C.so Magenta, 85 - 20123 Milano

Tel. 02 58315750

[centrostudi@assirmservizi.com](mailto:centrostudi@assirmservizi.com)



**Marco Cerri**

Head of Data Analytics  
and Technology Innovation  
**@Freeda Media**

Si è laureato in Scienze Statistiche ed Economiche nel 1999 presso l'Università Cattolica di Milano con una tesi dal titolo "Customer Satisfaction: sua misurazione e modelli interpretativi".

Nel 2003 ha conseguito il Dottorato di Ricerca in Statistica Metodologica, XV ciclo, presso l'Università Statale degli Studi di Milano-Bicocca.

È docente dei corsi di Statistica e di Analisi di Mercato presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Nel corso della propria carriera professionale ha svolto ruoli di responsabile dell'area di analisi dei dati e ricerche, per il marketing di aziende quali Sky Italia e RCS Mediagroup.

**ASSIRM**

Ricerca. Conoscenza. Futuro.