

# ASSIRM FORMAZIONE

13 SETTEMBRE 2023  
alle 9.30

PRINCIPLES OF  
MARKET RESEARCH

## TRADURRE SEGNI IN STRATEGIA. LA VISIONE SEMIOTICA NELL'ANALISI DI SCENARIO

L'obiettivo del corso è introdurre i partecipanti alla scoperta delle applicazioni dell'analisi semiotica nella lettura delle tendenze, nel mapping della competition, nella profilazione di marche, concetti e consumatori.

Il corso concentrerà sul valore strategico della semiotica nell'analisi di scenario: attraverso case-history e sessioni attive, i partecipanti toccheranno con mano l'utilità dell'analisi semiotica quando si ha necessità di posizionare dei player di un mercato, capire come si evolvono (e cavalcare, guidare o settare) le tendenze, definire dei target cluster, cogliere le opportunità evolutive di un brand a fronte delle dinamiche scenariali e, quindi, tradurre segni in strategia.

### DESCRIZIONE:

La semiotica ha una lunga tradizione nelle analisi desk ex-ante ed ex-post ai moduli di ricerca qualitativa e quantitativa mentre è ancora poco sfruttata come strumento di riferimento per l'analisi scenariale delle tendenze per il marketing strategico. L'obiettivo del corso è introdurre i partecipanti alla scoperta delle applicazioni dell'armamentario semiotico (in particolare di natura generativa e tensiva) nella lettura delle tendenze, nel mapping dello scenario competitivo, nella profilazione di marche, concetti e consumatori.

Il corso sarà sviluppato in 4 fasi:

- warm up. Che cos'è – e cosa non è – la semiotica e come si fa analisi semiotica. Una review delle metodologie di analisi, degli approcci e degli strumenti più utili (e semplificati) per le ricerche di mercato e la consulenza strategica.
- analisi di scenario. Scopi, metodi e prospettive. L'importanza dell'analisi semiotica di scenario come framework di riferimento. Le metodologie di analisi, gli obiettivi e le possibili complementarietà ad altri approcci di ricerca.
- case-history. Esempi di semiotica di scenario in action in diversi ambiti e mercati (es. fashion, food, energy). Un reel in cui verranno presentati e discussi assieme ai partecipanti delle case-history con finalità diverse (mapping competitivo, analisi di tendenze evolutive, targeting e concept positioning) per toccare con mano come si può tradurre segni e segnali in strategie.
- up-to-you. Workshop attivo dei partecipanti per mettere in pratica in "real time" gli strumenti di analisi semiotica dello scenario: mappare player, definire i target di riferimento, cogliere tendenze, designare opportunità evolutive.



### Stefano Frausin

Semiologo, owner  
@SF Research & Consulting

Stefano Frausin (1980), owner of SF Research & Consulting s.a.s., è un semiologo professionista - laureato in Scienze della Comunicazione (2002) e dottore magistrale in Semiotica (2005) – specializzato in communication marketing, ricerca qualitativa (on- e off-line) ed etnografica, brand consultancy e trend monitoring, con una pluriennale esperienza nelle applicazioni della semiotica nella ricerca di mercato e nella consulenza strategica.

Dal 2003 svolge attività di analisi semiotica e ricerca qualitativa ed etnografica nella trasversalità delle aree del communication mix e sviluppa consulenza strategica di comunicazione, marketing e branding per diversi Clienti nazionali ed internazionali, in autonomia e/o in partnership con diversi Istituti di ricerca e Società di consulenza.

SINGOLO CORSO ONLINE  
QUOTA DI ISCRIZIONE: 119 € + IVA  
PER GLI ASSOCIATI ASSIRM  
È RISERVATO UNO SCONTO DEL 20%  
Iscrizioni online, [registrati qui](#).

### Per ulteriori informazioni:

ASSIRM  
Tel. 02 58315750  
[centrostudi@assirmservizi.com](mailto:centrostudi@assirmservizi.com)

  
ASSIRM  
Ricerca. Conoscenza. Futuro.