

ASSIRM FORMAZIONE

19 APRILE 2023
alle 9.30

PRINCIPLES OF
MARKET RESEARCH

CONDURRE UNA RICERCA QUALITATIVA: TRAIETTORIE EVOLUTIVE, APPLICAZIONI VIRTUOSE E BIAS

Nel periodo pandemico, la ricerca qualitativa – gioco forza - si è trasferita on line riuscendo così a rimanere in contatto con il consumatore per investigarlo. In principio, questa migrazione on line, è stata una mera trasposizione di approcci che esistevano nel fisico più dettata dall'emergenza che non dagli obiettivi puntuali di marketing. Comprensibile "stare appiccicati" al consumatore che ridisegnava se stesso, le proprie abitudini, la propria vita, i consumi, gli acquisti per comprendere la sua nuova dimensione, delicato - e non sempre completamente vincente - farlo senza "adattare" gli approcci di ricerca che nascevano nell'epoca in cui on e off line erano una scelta ponderata alle esigenze investigative. È sufficiente pensare quanto in un focus group on line sia da riscrivere completamente la "raccolta" dell'impatto e dell'engagement di un qualcosa portato in test.

DESCRIZIONE:

Riporto qui qualche esemplificazione che ben rappresenta situazioni comuni che possono influenzare la scelta di un approccio qualitativo "in questa gara il cliente chiede 4 focus group", "è decisamente più pratico e meno costoso fare delle interviste on line", "il blog è piaciuto molto in una ricerca precedente e ora va molto di moda qui in azienda", "con il lockdown, anche il consumatore si è abituato ai gruppi on line", "se faccio delle interviste on line, risparmio le spese di trasferta" e così si può rischiare di "perdere qualcosa" di quel prezioso potere qualitativo di investigare piuttosto che semplicemente intervistare, di motivare un risultato piuttosto che limitarsi a fotografare, di guardare da altre angolazioni, di moderare/facilitare un dialogo con il consumatore.

Il corso vuole prendere quelle che sono delle situazioni tipiche nella scelta dell'approccio e sfidarle per mostrare quelle che possono essere delle trappole più che delle opportunità, delle soluzioni confortevoli ma meno ficcanti con il servizio informativo finale di cui il cliente ha bisogno.

L'obiettivo chiave del corso non è quello di scoprire semplicemente cosa si può fare in qualitativa/qual è il menù della ricerca qualitativa ma sapere perché fare una certa cosa qualitativa, come farla (con quali skill), guardare ai metodi con la consapevolezza assoluta che il metodo è la conseguenza degli obiettivi del cliente, in altre parole conoscere sin dal principio cosa serve al cliente al costo di "riscrivere il brief" e/o "fare challenge" al brief stesso.

Ci muoveremo, pertanto, nel mondo qualitativo tra luoghi comuni, tormentoni, equivoci con particolare attenzione agli strumenti & alle tecniche di moderazione; guarderemo sia ai cult sia alle (più) recenti innovazioni & tendenze - ibridazioni, contaminazioni, all in. Non tralascieremo certo i workshop nelle loro accezioni più disparate assunte nel tempo.

Ça va sans dire ci occuperemo del ruolo del moderatore qualitativo tra hard skill e sempre più necessarie soft skill (uno tra i nuovi mantra esistenziali odierni).



Monica Cavallini

Travelling Thinker & Insight Hunter. Marketing Research Consultant, Workshop Designer & Facilitator
@LEGO® SERIOUS PLAY®

Cresco in ricerca negli anni '90, sviluppando le competenze Qualitative in uno degli atenei più prestigiosi per l'epoca: Research International, affiancando personaggi del calibro di Ivana Ventura e Rossana dell'Isola e iniziando, così, a costruire un'identità professionale basata su forte knowledge qualitativo e il mantra del challenge & del problem solving. Tra la fine degli anni '90 e il 2000 sono membro della start up di Innovation per l'Italia da cui si designerà la mia rotta complementare legata alla definizione e alla gestione di processi di innovazione e facilitazione dei workshop.

Da lì - e per oltre 20 anni - la mia carriera, si sviluppa nella market research & marketing intelligence. L'ultimo incarico in azienda è stato in Kantar come Head of Innovation & Commerce - Insight Division.

In 2020 ho conseguito un prestigioso upgrade nell'ambito dell'innovazione / facilitazione dei workshop diventando Certified Professional LEGO® SERIOUS PLAY® Method Facilitator.

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

ASSIRM
Ricerca. Conoscenza. Futuro.