

ASSIRM FORMAZIONE

2020 | SEMINARIO ONLINE

EMOTIONAL ANALYSIS: PREVEDERE IL COMPORTAMENTO OLTRE AGLI ALGORITMI

4 novembre 2020 | 14.00 - 16.00

Intelligenza artificiale e machine learning stanno trasformando l'approccio delle aziende verso il mercato, nel modo di comunicare con i clienti e di fare business così come nella ricerca sui consumi e sui bisogni. Mai come in questo periodo storico abbiamo avuto prova di come il digitale non possa più essere una scelta o un'alternativa secondaria, ma debba essere la strada per allinearsi alle mutate esigenze e alle rinnovate abitudini delle persone.

Eppure, nonostante la tecnologia al servizio del marketing abbia fatto passi da gigante negli ultimi anni, c'è ancora un divario tra mondo online e fisico, una lezione che gli strumenti di digital marketing delle aziende stanno cercando di apprendere dagli esseri umani, che riguarda tre aspetti principali:

- La comprensione di ciascun cliente dal punto di vista "umano", come persona anziché semplice consumatore
- La rilevanza comunicativa che si ottiene con la personalizzazione
- La vicinanza alle abitudini e al modo di comunicare delle persone

Un divario, questo, che può essere sintetizzato nel concetto di "empatia" e che la combinazione di intelligenza artificiale e intelligenza umana sta contribuendo a colmare.

Durante il seminario mostreremo come questa trasformazione si sta concretizzando nel marketing delle aziende e nella Ricerca di mercato, attraverso esempi e case history che rispondono ad alcuni quesiti dell'oggi e sempre più di domani:

- In che modo le caratteristiche psicologiche delle persone influenzano i loro comportamenti e le loro scelte di acquisto?
- Come il sito di eCommerce di un'azienda può variare la comunicazione in base alla personalità di ogni utente?
- Come la Ricerca di mercato può rinnovarsi per allinearsi alle abitudini digitali delle persone, raccogliere dati sempre più fedeli e sfruttare le opportunità insite nelle nuove tecnologie?
- Come una realtà del settore dell'ospitalità di lusso ha coniugato tecnologia, ricerca sociale e psicologia per conoscere in profondità ogni cliente e personalizzare la sua esperienza di vacanza?

SINGOLO SEMINARIO ONLINE
QUOTA DI ISCRIZIONE: 70 € + IVA
PER GLI ASSOCIATI ASSIRM
È RISERVATO UNO SCONTO DEL 20%

Per ulteriori informazioni:
ASSIRM
C.so Magenta, 85 - 20123 Milano
Tel. 02 58315750
centrostudi@assirmservizi.com



Chiara Bacilieri
Head of Data
@Lifeed

Head of Data di Lifeed, l'azienda che ha ideato il Life Based Learning, un metodo che sta rivoluzionando la formazione aziendale. È inoltre Marketing Psychology Advisor di Neosperience, realtà di riferimento a livello globale nella Customer Analytics, e docente a contratto presso l'Università Cattolica di Milano.



Alice Melpignano
Founder & CEO
@NeosVoc

Metodologa esperta di tecniche qualitative e quantitative, Founder e AD di NeosVoc, Società del Gruppo Neosperience che ha dato vita all'omonima piattaforma di Voice of Customer che innova la Ricerca di mercato attraverso l'uso delle nuove tecnologie e dell'Intelligenza Artificiale.