

Behavioural Economics and consumer Decision Making: torna l'appuntamento con la formazione targata Assirm

Il 20 giugno una giornata di studio per comprendere il comportamento del consumatore

Milano, 5 giugno 2017 – Dopo il focus sul machine e il deep learning torna l'appuntamento con la formazione Assirm che, il 20 giugno presso lo **Spazio Cantoni** di Milano (**Via Giovanni Cantoni 7**), presenta una giornata di studio dedicata a **Behavioural Economics and consumer Decision Making** tenuta da **Massimo Egidi** (Professore Emerito di Economia dell'**Università LUISS Guido Carli di Roma**)

Oltre 50 anni di ricerca sperimentale sul comportamento dei consumatori hanno dimostrato che gli elementi su cui si basano le decisioni d'acquisto sono solo in parte razionali; molto spesso ciò che spinge all'acquisto di un bene o servizio è puramente dovuto ad elementi illogici ed emozionali. Focus della giornata dedicata a chi opera nel mondo del marketing e della ricerca aspetti come la **prospect Theory**, le **bias decisionali**, il **framing effect** e il **nudging** con un approfondimento sui rischi di manipolazione delle opinioni e dei comportamenti individuali da parte di aziende e social.

“Con le nostre giornate di approfondimento abbiamo deciso di affrontare la tematica dell'analisi, dell'interpretazione e della previsione dei comportamenti di consumo, oggi più che mai di grande attualità e quindi di strategica rilevanza per chi opera nel mondo del Marketing e della Ricerca”, spiega il Direttore del Centro Studi Assirm Guendalina Graffigna. “Acquisire modelli di lettura, interpretazione e previsione dei comportamenti del consumatore può aiutare non solo a progettare meglio i processi conoscitivi e di decodifica del dato, ma anche ad orientare strategie di marketing volte a meglio rispondere, o addirittura ad orientare, l'architettura delle scelte dei consumatori”.

Per informazioni e iscrizioni: <http://www.assirm.it/formazione2017>.

Da oltre 20 anni Assirm effettua attività di monitoraggio sull'andamento del mercato italiano delle ricerche e dei sondaggi, misurando l'evoluzione degli ordini e del fatturato a livello complessivo e per tipologie di ricerche. Le rilevazioni vengono effettuate con cadenza semestrale, grazie alla collaborazione degli istituti associati ad Assirm che rappresentano l'80% del mercato complessivo.

Gli istituti associati ad Assirm sono società private, indipendenti, senza sovvenzioni pubbliche, dotate di organizzazione e tecnologie adeguate, in possesso di conoscenze tecniche e metodologiche collaudate e, soprattutto, di risorse umane di alto livello. Gli Associati sono impegnati al rispetto di un codice di etica professionale molto articolato e di standard di qualità certificati e formalizzati sulla base di standard minimi di qualità condivisi. Presidente di Assirm è Umberto Ripamonti.

Per informazioni:

Ufficio stampa Assirm:

eos comunica

Daniela Mase - Paolo Monti

daniela.mase@eoscomunica.it - paolo.monti@eoscomunica.it - elisa.tarrini@eoscomunica.it

T. 02 787071750