

XVI EDIZIONE CORSO ASSIRM IN RICERCHE DI MERCATO

| 8 | 9 | 10 | 15 | 16 | 17 | OTTOBRE 2013

Spazio Chiossetto
Via Chiossetto, 20

MILANO

| 27 | 28 | NOVEMBRE 2013

Pragma
Via Nomentana, 134

ROMA

INTRODUZIONE

Mai come nell'attuale congiuntura economica le ricerche sono di importanza cruciale: consentono di acquisire una conoscenza approfondita del contesto in cui si opera, orientare le strategie di marketing, massimizzare le opportunità di successo e ridurre i rischi d'impresa. Ponendosi come interfaccia tra le imprese e il mercato, le ricerche consentono di conoscere e "capire" le dinamiche percettive, attitudinali e comportamentali dei consumatori e soprattutto di anticiparne l'evoluzione cogliendo la direzione del cambiamento.

Per sviluppare le competenze necessarie ad un uso efficace delle ricerche di mercato e sociali, ASSIRM propone la **XVI edizione del suo Corso in Ricerche di Mercato, per la prima volta erogato in due sedi didattiche: Milano e Roma.**

Il Corso è strutturato a partire dai **"PROBLEMI DEL MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO"** che le Aziende si trovano quotidianamente ad affrontare (dalla conoscenza dei mercati e dei consumatori, allo studio della marca, alla gestione della comunicazione e del marketing mix, alla generazione di insight per l'innovazione dell'offerta), al fine di **formare competenze di base circa la scelta e l'uso delle principali metodologie della ricerca di mercato.** Le 8 giornate del corso (6 a Milano e 2 a Roma) sono concepite come moduli formativi autonomi, concepiti come "full immersion esperienziale" sulle tematiche proposte.

Il corso si rivolge a **professionisti junior d'Azienda** che si interfacciano con il mondo delle ricerche di mercato (area marketing, area comunicazione, area commerciale, area digital...). Le lezioni sono infatti concepite come prima introduzione al mondo della ricerca di mercato e sono finalizzate a passare conoscenze di base circa i principi metodologici e tecnici dei diversi approcci di ricerca e i criteri di scelta delle diverse opzioni alla luce dei concreti problemi di marketing dell'Azienda.

La docenza è affidata ai più noti professionisti dei maggiori istituti di ricerca, i quali affronteranno gli argomenti con un taglio fortemente operativo, alternando le lezioni frontali con case histories di eccellenza, esercitazioni pratiche, role playing e momenti di confronto individuali e di gruppo. Il processo formativo è accompagnato da un'azione di tutoraggio volta a facilitare l'apprendimento attraverso l'esperienza diretta, la discussione in aula e la traduzione in pratica della teoria. L'attività formativa sarà inoltre coadiuvata da piccole attivazioni a distanza (esercitazioni/pre-task) richieste ai corsisti dai docenti e dal tutor.

Direzione Scientifica

Alessandro Amadori
Direttore Centro Studi e Formazione

Guendalina Graffigna
Vice Direttore Centro Studi e Formazione

Elisabetta Gentili
Consigliere

Fabrizio Morandi
Vice Presidente

Ufficio stampa ASSIRM

eos comunica
Paolo Monti +39 393 9802757
paolo.monti@eoscomunica.it

Daniela Mase +39 393 9540522
daniela.mase@eoscomunica.it

La partecipazione è a numero chiuso per favorire il confronto diretto dei partecipanti con i docenti. Di seguito il dettaglio dei contenuti didattici della XVI edizione del corso ASSIRM.

Per informazioni e iscrizioni contattare la Segreteria Organizzativa **ASSIRM**

Tel 02 58315750
info@assirm.it - www.assirm.it

Martedì 8 ottobre

MILANO

INSIGHT E INNOVAZIONE: conoscere il cliente e prevedere tendenze

Tutor: Guendalina Graffigna, Vice Dir. Centro Studi e Formazione Assirm, Prof. Aggregato Facoltà di Psicologia Università Cattolica di Milano

Mattino:

- 09.15 **Saluto del Presidente**, Umberto Ripamonti
09.30 **Le ricerche qualitative a supporto della creatività**
Isabella Cecchini, Responsabile Area Salute GfK Eurisko
12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

- 14.00 **Il cool hunting: le ricerche per identificare nuove tendenze e per innovare**
Patrizia Elli, Director Research Now Italy
17.00 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

Mercoledì 9 Ottobre

MILANO

LE RICERCHE PER IL PRODOTTO: dalla generazione all'ottimizzazione

Tutor: Alessandro Amadori, Direttore Centro Studi e Formazione Assirm, Direttore Coesis Research

Mattino:

- 09.30 **Il funnel delle ricerche sul prodotto**
Salvatore Limuti, Amministratore Delegato Marketing Management
12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

- 14.00 **Il ruolo della sensory science nella valutazione della performance dei prodotti**
Federica Russo, Researcher Consumer & Sensory Science Unit Adacta
15.30 **Coffee Break**
15.45 **Le tecniche di analisi volumetrica**
Raffaella Bogliardi, Manager Client Service Nielsen Bases
17.15 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

Giovedì 10 Ottobre

MILANO

LA RICERCA PER IL BRANDING: Naming, Immagine, Reputation

Tutor: Guendalina Graffigna, Vice Dir. Centro Studi e Formazione Assirm, Prof. Aggregato Facoltà di Psicologia Università Cattolica di Milano

Mattino:

- 09.30 **Il funnel delle ricerche a supporto della generazione e della verifica del capitale di immagine**
Carlo Erminero, Presidente Carlo Erminero & Co. / Agostina Fausta Faini, Amministratore Delegato e Direttore Carlo Erminero & Co.
12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

- 14.00 **Il brand come «segnale»: il contributo della ricerca semiotica**
Giulia Ceriani, Presidente Baba Consulting
15.30 **Coffee Break**
15.45 **Le tecniche di analisi della online brand reputation e lo studio delle Communities Online**
Massimo Nicolini, Managing Director Nextplora
17.15 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

Martedì 15 Ottobre

MILANO

IL CLIENT-BRAND BOUND: dalla analisi della brand equity all'analisi del brand-engagement

Tutor: Rossana Dell'Isola, CEO Beyond Research

Mattino:

09.30 **Modelli consolidati di valutazione della brand equity**

Rossana Dell'Isola, CEO Beyond Research / Paola Germini, Partner, Head of Quantitative Beyond Research

12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

14.00 **Nuove frontiere della ricerca quali-quantitativa applicata all'analisi del consumer engagement**

Franca Ferrari, Qualitative Area Manager Doxa

17.00 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

Mercoledì 16 Ottobre

MILANO

LA RICERCA PER L'ADVERTISING: dalle ricerche a supporto della creatività alla verifica dei risultati

Tutor: Beniamino Stumpo, Presidente Iterion, Docente Psicologia della Pubblicità Università Cattolica di Milano

Mattino:

09.30 **A chi comunicare? Le ricerche di segmentazione e profilazione dell'audience**

Anna Panza, Senior Manager, Qualitative Research IMS Health / Melania Gabrieli, Senior Quantitative Researcher IMS Health

12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

14.00 **Cosa comunicare? Dalle ricerche, la generazione del concept al copy test**

Francesca Nardin, Direttore di Ricerca Quantitativo Ipsos ASI / Sara Taddei, Direttore di Ricerca Qualitativo Ipsos UU

15.30 **Coffee Break**

15.45 **Quale efficacia della comunicazione? I tracking pubblicitari**

Beniamino Stumpo, Presidente Iterion, Docente Psicologia della Pubblicità Università Cattolica di Milano

17.15 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

Giovedì 17 Ottobre

MILANO

LA CONSUMER EXPERIENCE NEL PUNTO VENDITA

Tutor: Laura Volponi, European Shopper Survey Leader IRI

Mattino:

09.30 **L'analisi della customer experience nel punto vendita: aspetti strutturali (design, atmosfera) e relazionali (personale di vendita) dello store**

Marta Pavan, Business Director TNS

12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

14.00 **Lo studio dello shopper experience per promuovere lo shopper engagement**

Laura Volponi, European Shopper Survey Leader IRI

17.00 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

Mercoledì 27 Novembre

ROMA

LA RICERCA PER IL BRANDING: Naming, Immagine, Reputation

Tutor: Elisabetta Gentili, Vice Direttore Generale Pragma e Consigliere Assirm

Mattino:

09.30 **Il funnel delle ricerche a supporto della generazione e della verifica del capitale di immagine**
Giovanni Scibilia, Managing Director Added Value

12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

14.00 **Il brand come «segnale»: il contributo della ricerca semiotica**
Maria Luisa Bionda, Titolare, Socio fondatore 2B Research

15.30 **Coffee Break**

15.45 **Le tecniche di analisi della online brand reputation e lo studio delle Communities Online**
Susanna De Luca, Research Manager Duepuntozero Research

17.15 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

Giovedì 28 Novembre

ROMA

LA RICERCA PER L'ADVERTISING: dalle ricerche a supporto della creatività alla verifica dei risultati

Tutor: Elisabetta Gentili, Vice Direttore Generale Pragma e Consigliere Assirm

Mattino:

09.30 **A chi comunicare? Le ricerche di segmentazione e profilazione dell'audience**
Andrea Loreti, Group Director Ipsos ASI

12.30 **Lunch Break**

Pomeriggio:

14.00 **Cosa comunicare? Dalle ricerche, la generazione del concept al copy test**
Carlo Santucci, Presidente RQ

15.30 **Coffee Break**

15.45 **Quale efficacia della comunicazione? I tracking pubblicitari**
Cinzia Veronesi, Group Account Director Millward Brown

17.15 **Sintesi, rilanci e chiusura a cura del Tutor**

PROPOSTA ECONOMICA

- 1 GG. 500,00
- 2 GG. 900,00
- 3 GG. 1.200,00
- 4 GG. 1.400,00
- 5 GG. 1.550,00
- 6 GG. (Corso Completo) 1.650,00

FACILITAZIONI

Associati 50% sulle quote indicate
+ 1 presenza gratuita per Associato
che portasse un cliente.

Aderenti Confindustria Intellect - 10%

In caso di iscrizioni multiple, preghiamo di inviare più copie della presente scheda.

Compilare la scheda in stampatello ed inviarla via fax al numero: 02 58315727,
o via e-mail a: centrostudi@assirmservizi.com unitamente alla copia del bonifico bancario.

Nome	Cognome
Qualifica	
Società/Ente	
P.IVA	C.F.
Vs. numero d'ordine o riferimento	
Indirizzo	
CAP	Città
Telefono	E-mail
E' obbligatorio inserire tutti i dati	Timbro e firma

È possibile iscriversi anche online al seguente indirizzo: www.assirm.it/XVICorso

Giornata singola (indicare la data)	2 Giornate (indicare le date)	3 Giornate (indicare le date)
4 Giornate (indicare le date)	5 Giornate (indicare le date)	6 Giornate (indicare le date)

In caso di iscrizione si autorizza l'inserimento dei dati indicati nella scheda nell'elenco Assirm Servizi. I dati saranno usati per il Corso di Formazione 2013 e per comunicazioni di future iniziative Assirm. I dati saranno conservati presso Assirm Servizi - Milano - dove ogni interessato potrà rivolgersi per l'esercizio dei propri diritti (art. 7 e 8 del D.Lgs. 30/06/2003 n. 196).

**DATI PER IL
PAGAMENTO**

ASSIRM SERVIZI srl - Credito Valtellinese, sede di Milano Stelline
IBAN: IT63X052160161400000002759

Successivamente al pagamento verrà emessa regolare fattura da:
ASSIRM SERVIZI srl - P.IVA 12094140154
Sede operativa e legale, Via Mercalli, 11 - 20122 Milano

Informativa ai sensi della 196/03. Gli indirizzi e-mail presenti nel nostro archivio provengono dalle iscrizioni alle nostre manifestazioni, da contatti personali o da elenchi e servizi di pubblico dominio. In ogni momento è possibile modificare o cancellare i dati scrivendo a: info@assirm.it