

MRF22

**IL FORUM
DELLA
CONOSCENZA**

MARKETING
RESEARCH
FORUM

11-12 OTTOBRE

ENTERPRISE HOTEL MILANO

Corso Sempione 91, Milano



Programma

11 Ottobre (preliminare)

H 17:00 - Intervento **ASSIRM**, Presidente Matteo Lucchi

H 17:15 - Intervento istituzionale, Presidente **ISTAT**, Gian Carlo Blangiardo

H 17:30 - Intervento istituzionale, Presidente dell'**Università LUISS**, Vincenzo Boccia

H 17:45 - Intervento istituzionale, Vice Presidente per il Capitale Umano di **CONFINDUSTRIA**, Giovanni Brugnoli

H 18:00 - Tavola Rotonda ospiti istituzionali, Presidente **CONFINDUSTRIA INTELLECT** (Saverio Addante), Direttore Generale **AIRES** (Davide Rossi), Senior Marketing Analyst **ABI** (Daniela Vitolo)

H 18:30 – Intervento **MAIN PARTNER**

H 18:40 – Intervento **MAIN PARTNER**

H 18:50 - Intervento **GOLD PARTNER**

H 19:00 - Intervento **GOLD PARTNER**

H 19:30 – **Cocktail Dinner**

Programma

12 Ottobre (preliminare)

H 09:30 – Saluto di benvenuto, Vice Presidente **ASSIRM**, Enzo Frasio

H 09:45 - Intervento istituzionale, Presidente **ESOMAR**, Kristin Luck

H 10:00 - Intervento istituzionale, CPMarketing - CMO Technology EU/MEA **IBM**, Luca Altieri

H 10:15 - Tavola Rotonda, **ospiti istituzionali (SISAL - Stefano De Vita, Responsabile Gaming & Market Intelligence Director; FATER - Gilberto Grasso, Head of Market&People Insight; BASKO - Giovanni D'Alessandro, Direttore Generale)**

H 11:00 - COFFEE

H 11:30 - Tavola Rotonda **SILVER PARTNER, BILENDI – FFIND – BLOGMETER - METRIXLAB**

H 12:10 – **Workshop in presenza** (sessioni parallele)

H 14:00 – **Workshop digitali** (sessioni parallele)

Quali strategie di mercato tenere in periodi di crisi economica ed incertezza

L'incertezza derivante da crisi economiche, sociali e geopolitiche non è un fenomeno limitato ai tempi attuali. Sono oramai almeno 20 anni che viviamo in periodi di crisi continua, durante i quali diventa estremamente difficile gestire il presente e prepararsi al futuro.

Come affrontare con maggiore concretezza questi periodi turbolenti?

Tra i vari temi che verranno affrontati, verrà dato spazio a:

- Analizzare e comprendere gli effetti dell'incertezza sulle persone e sulle aziende
- Necessità di accettare il cambiamento richiesto dalla società e dai mercati
- Le modalità per programmare il futuro e non farsi trovare impreparati
- L'importanza ed il valore della ricerca per la creazione della conoscenza
- Competenze e Professionalità: quale la svolta necessaria per l'Italia in futuro

Contenuti

12 Ottobre 2022

Strategie di ingaggio del consumatore, dalla comunicazione al retail/e-commerce

Gli eventi degli ultimi anni hanno accelerato i cambiamenti e costretto le aziende a rivedere le proprie strategie per continuare ad ingaggiare correttamente i consumatori. I temi che saranno trattati da esponenti del mondo aziendale, nel corso del secondo giorno del Forum della Conoscenza, sono di grande aiuto a tutti coloro che sentono il bisogno di capire come agire e verificare se le proprie decisioni strategiche sono in linea con le best performance.

I temi intorno al quale prenderà vita il dibattito sono:

- Segmentazione e personalizzazione dell'offerta in base ai nuovi bisogni
- Il customer Journey e la moltiplicazione dei Touch Points
- L'importanza del purpose nell'ottica di mantenere il consumatore sempre al primo posto.