

# Come cogliere gli Insights dai Big Data per anticipare i bisogni



Le 11  
Best Practice  
del 2014:

- Credem\*
- Feltrinelli
- Groupon International
- Hyundai Motor Company
- LinkedIn EMEA
- LVMH Italia
- Divisione Profumi e Cosmetici
- Mattel Italy
- McDonald's
- Development Italy
- Mediolanum\*
- Mercedes Benz Italia
- SKY Italia

- Come coniugare gli sforzi di IT e Marketing per una vision orientata al cliente
- Come passare dal convincere i Consumatori al servire gli Individui: la Business Intelligence per il Marketing One-to-One
- Quando il CRM non basta: il **Customer Experience Management** come strumento di **Brand Engagement**
- **Social Media Intelligence**: come individuare gli **Intimate Factors** attraverso i Social Network

5 novembre 2014

Milano

Atahotel  
Executive

Professionisti di impresa a confronto in  
2 TAVOLE ROTONDE:

**Big Data & Insights**: come individuare le correlazioni presenti sul mercato?

**Customer's Future**: come passare dal consumatore all'individuo per il Marketing One-to-One?



IIR | Tel. 02 83847627  
info@iir-italy.it | www.iir-italy.it

Seguici su:

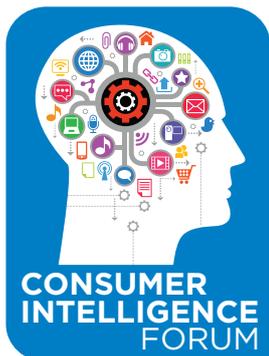
Media Partner



Volete anche voi diventare Sponsor ed Espositore?

Per informazioni:

Eleonora Pagliuso | Tel. 02 83847265 | eleonora.pagliuso@iir-italy.it



Perché non cambiare il ciclo dei tuoi pensieri?

**Immagina di rispondere a questa domanda.**

Ascoltare le persone, non i consumatori o i clienti - ma le persone, in un mondo sempre più interconnesso e con tecnologie sempre accessibili, rappresenta un'opportunità per conoscerle più in profondità e agire in maniera strategica.

Consumer Intelligence Forum 2014 si focalizza sul ruolo crescente delle Scienze Statistiche e Decisionali – insights, previsioni, intelligence – con la Tecnologia **come** fattore di propulsione e connessione.

Con il supporto dell'esperienza di primarie aziende operanti sul mercato **Nazionale** e **Internazionale**, si evidenzia il cruciale passaggio tra:



In occasione del Consumer Intelligence Forum si approfondiranno le strategie e metodologie per coprire il divario tra quello che le persone dicono che faranno e quello che effettivamente fanno.

**Non perdere questa opportunità!**

**Il convegno è rivolto a:**

- Market Research
- Marketing Strategy
- SEO e SEM
- Analytics
- Consumer Intelligence
- Data Mining
- CRM & Customer Experience
- IT Manager
- Social Media & Mobile
- Digital Marketing

*L'istruzione e la formazione sono le armi più potenti che si possono utilizzare per cambiare il mondo*

Nelson Mandela

**Istituto Internazionale di Ricerca**, in Italia da **più di 25 anni** e a livello internazionale da **oltre 40 anni**, porta nelle aziende soluzioni innovative, risposte concrete per lo sviluppo delle risorse e del business attraverso **convegni, percorsi formativi e consulenza personalizzata**.

Siamo partner di **Informa PLC**, una multinazionale specializzata nella pubblicazione di libri, riviste, ricerche di mercato ed erogazione di eventi annuali e di **ESI International**, azienda leader e global provider per formazione e consulenza nel Project Management e Business Analysis.

Queste società a livello internazionale supportano i professionisti e i manager nello sviluppare le capacità indispensabili per rafforzare le strategie di business. Inoltre, in qualità di organismo di formazione in possesso della **Certificazione Qualità UNI EN ISO 9001:2008**, Istituto Internazionale di Ricerca è ente abilitato alla presentazione di piani formativi a Enti Istituzionali e Fondi Interprofessionali per le richieste di finanziamenti e quindi in grado di aiutare le Aziende nella gestione completa dell'iter burocratico: dalla presentazione della domanda alla rendicontazione.



*Istituto Internazionale di Ricerca è certificato ISO 9001:2008 per la formazione e accreditato presso i principali Fondi Interprofessionali*

8.30 Registrazione Partecipanti

9.00 Apertura a cura del Chairman

Armando Garosci *Giornalista*  
**Largo Consumo**

**ANALYTICS:  
come gestirli**

**INSIGHTS:  
come coglierli**

9.15 **Come individuare nuovi Micromarkets attraverso i Predictive Models**

- Dall'analisi descrittiva a quella predittiva: come partire dal dato per ipotizzare le migliori azioni da intraprendere per una scelta di Business vincente
- Come utilizzare i PMs per organizzare e dare maggiore significato ai dati analitici
- Come prevedere i trend e identificare i micromarkets attraverso gli analytics
- I PMs per la tracciabilità della Shopping Experience e del Customer Basket

Davide Surace *Digital Director*  
**FELTRINELLI**

9.45 **TAVOLA ROTONDA  
Big Data & Insights: come individuare le correlazioni presenti nel mercato**

- Quali cambiamenti ha apportato l'avvento dei Big Data nella Market Research?
- Come tradurre i Big Data in Insights e gli Insights in Business?
- Come sviluppare, all'interno dell'organizzazione, maggiore sinergia tra IT, Analyst e Marketing Manager?
- Dal Data Mining alla Business Intelligence: quali sono i limiti nel comprendere il Consumer Behaviour?
- Come trasformare la Customer Intelligence in innovazione per trovare la next big idea?

Mario Trovato  
*IT Manager*  
**LVMH Italia - Divisione Profumi e Cosmetici**

Aldo Agostinelli  
*Digital & Web Director*  
**SKY ITALIA**

11.00 Coffee Break e visita all'area espositiva

11.30 **Come raccogliere, importare e ripulire i Dati che contengono informazioni aggiuntive o non omogenee per gestire in modo più ordinato gli Analytics**

12.00 **Come unificare i database provenienti dai Social Network e dalle imprese attraverso l'utilizzo di filtri di ricerca. Il caso LinkedIn**

- L'identificazione dei profili rilevanti e il passaggio di informazioni sul consumatore

Armando Tammaro  
*Senior Account Executive Sales Solutions*  
**LinkedIn EMEA**

12.30 **Come combinare i dati operazionali archiviati nei database relazionali con le sorgenti Big Data per avere una visione olistica del Business o del cliente**

13.00 Colazione di lavoro

14.00 Apertura dei lavori a cura del Chairman

Letizia Olivari  
*Direttore*

**CMI – CUSTOMER MANAGEMENT INSIGHTS**

14.00 **Come aiutare le aziende a massimizzare i vantaggi degli investimenti nei Big Data attraverso suite di software per la semplificazione e l'accelerazione dei processi gestionali**

**INDIVIDUI: come servirli**

14.30 **TAVOLA ROTONDA  
Customer's Future: dal consumatore all'individuo per il Marketing One-to-One**

- Qual è il profilo del consumatore del futuro?
- Come ottenere più informazioni sui suoi Intimate Factors?
- La vera rivoluzione nasce dall'identificazione di nuovi micro segmenti di mercato?
- Come utilizzare gli insights per garantire un'offerta che soddisfi i Consumer Needs e sviluppare strategie di Marketing one-to-one?

Giuseppe Papa  
*Senior Manager Customer Marketing & Brand Communication*  
**MATTEL ITALY**

Marcella Manzoni  
*Customer Care Manager*  
**HYUNDAI MOTOR COMPANY**

Elisa Gennari  
Consumer Insight Manager  
**McDonald's Development Italy**

Ivan Vellucci  
After Sales Net Management & Sales  
**Mercedes-Benz Italia**

- Come ottenere informazioni complete e dettagliate per migliorare i margini di profitto e la fidelizzazione
- L'importanza del feedback del cliente: il monitoraggio della soddisfazione del servizio come chiave della Customer Retention

Simone Parrotto\*  
Head of CRM  
**CREDEM**

15.30 **Come creare interconnessioni di dati strutturati e non strutturati provenienti dai Social per elaborare decisioni di importanza strategica**

16.00 Tea Break e visita all'area espositiva

16.15 **Come sviluppare il canale SEM da customer acquisition a customer retention**

Dario Cardile  
Head of International, SEM  
**GROUPON INTERNATIONAL**

17.15 **Social Media Relations & Business Intelligence: come sviluppare una vision comune e orientata al cliente. Il caso Mediolanum**

Filippo Giotto\*  
Social Media Manager  
**MEDIOLANUM**

16.45 **Da CRM a CEM: come migliorare la Customer Experience per incrementare il Brand Engagement**

- Analisi evolutiva del CRM: dalla raccolta di dati anagrafici e di consumo alla centralità del cliente

17.45 Chiusura dei Lavori



\* invitato a partecipare

# 5 buoni motivi per investire con noi

1. **Presentare** i Vostri prodotti e servizi a un pubblico mirato
2. **Incontrare** personalmente **Responsabile CRM, Marketing Digitale, Marketing Analytics** pronti ad investire su servizi e soluzioni
3. **Promuovere** la Vostra azienda a una platea selezionata in un UNICO luogo, in UNA SOLA giornata, risparmiando tempo e denaro!
4. Essere considerato tra le **Aziende Leader** del marketing digitale
5. Avere a disposizione un'ampia platea di partecipanti sfruttando l'intera promozione dell'Evento

**Modalità** Sono previste diverse modalità di sponsorizzazione:

- **Presentazione durante il convegno** con intervento a cura di un vostro Relatore
- **Distribuzione di Vostro materiale** durante la giornata di Convegno, a cura delle nostre hostess
- **Logo della Vostra azienda**
  - nella brochure dell'evento
  - sul sito web
  - nella newsletter
  - sulla cartellonistica
  - nelle pubblicità su riviste
- **Box con profilo aziendale** nella brochure dell'evento
- **Sponsorizzazione della Speaker's Lounge**
- **Gadget personalizzati** con il Vostro logo (cordoncini porta badge, blocchi, shopper o altro)
- **Area Expo** – allestimento di un Vostro desk nell'Area Expo

## **Area espositiva** **L'area espositiva: un'occasione imperdibile di networking!!**

Per tutta la durata della manifestazione sarà allestita un'**Area Espositiva** nata per favorire l'incontro tra domanda e offerta. Gli espositori potranno incontrare i visitatori e fornire loro tutti i dettagli tecnici relativi ai servizi e prodotti offerti. Un punto di incontro per stabilire nuovi contatti e approfondire le tematiche tra "adetti ai lavori" e clienti.

**Affrettatevi a riservare il Vostro spazio!**



*Volete anche voi diventare Sponsor ed Espositore?*



Per informazioni:  
**Eleonora Pagliuso**  
Tel. 02 83847265  
eleonora.pagliuso@iir-italy.it

## Modalità di iscrizione



Istituto Internazionale di Ricerca  
Via Morigi, 13  
20123 Milano - Italia



Tel.: 02 83847.627

Fax: 02 83847.262



www.iir-italy.it  
iscrizioni@iir-italy.it

## Scheda di iscrizione Consumer Intelligence Forum

Mercoledì 5 novembre 2014

Quota d'iscrizione (+IVA per partecipante)

€ 499

Cod. P5700  
Info

## Dati partecipante

Nome \_\_\_\_\_ Cognome \_\_\_\_\_

Funzione \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_ Cell. \_\_\_\_\_

Ragione Sociale \_\_\_\_\_

Indirizzo di Fatturazione \_\_\_\_\_

CAP \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_

Partita IVA \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_

Consenso dato da: \_\_\_\_\_

Training Manager \_\_\_\_\_

Il Servizio Clienti Vi contatterà per completare l'iscrizione e per definire le modalità di pagamento.

## Luogo e sede

Milano - Atahotel Executive  
Via Don Luigi Sturzo, 45 - 20154 Milano - Tel. 02 62941

Ai partecipanti saranno riservate particolari tariffe per il pernottamento presso hotel convenzionati.

### Informazioni generali

La quota d'iscrizione comprende la documentazione didattica, i pranzi e i coffee break ove segnalati nel programma. Per circostanze imprevedibili, l'Istituto Internazionale di Ricerca si riserva il diritto di modificare il programma, i relatori, le modalità didattiche e/o la sede del corso. IIR si riserva altresì il diritto di cancellare l'evento nel caso di non raggiungimento del numero minimo di partecipanti, comunicando l'avvenuta cancellazione alla persona segnalata come "contatto per l'iscrizione" via email o via fax entro 5 giorni lavorativi dalla data di inizio dell'evento. In questo caso la responsabilità di IIR si intende limitata al solo rimborso delle quote di iscrizione pervenute.

### Tutela dati personali - Informativa

Si informa il Partecipante ai sensi del D.Lgs. 196/03: (1) che i propri dati personali riportati sulla scheda di iscrizione ("Dati") saranno trattati in forma automatizzata dall'Istituto Internazionale di Ricerca (I.I.R.) per l'adempimento di ogni onere relativo alla Sua partecipazione alla conferenza, per finalità statistiche e per l'invio di materiale promozionale di I.I.R. I dati raccolti potranno essere comunicati ai partner di I.I.R. e a società del medesimo Gruppo, nell'ambito delle sue attività di comunicazione promozionale; (2) il conferimento dei Dati è facoltativo: in mancanza, tuttavia, non sarà possibile dar corso al servizio. In relazione ai Dati, il Partecipante ha diritto di opporsi al trattamento sopra previsto.

**Titolare e responsabile del trattamento** è l'Istituto Internazionale di Ricerca, via Morigi 13, Milano nei cui confronti il Partecipante potrà esercitare i diritti di cui al D.Lgs. 196/03 (accesso, correzione, cancellazione, opposizione al trattamento, indicazione delle finalità del trattamento). La comunicazione potrà pervenire via:  
e-mail: variazioni@iir-italy.it - fax 02.83847262 - tel. 02.83847634

### Modalità di disdetta

L'eventuale disdetta di partecipazione al convegno (o richiesta di trasferimento) all'evento dovrà essere comunicata in forma scritta all'Istituto Internazionale di Ricerca entro e non oltre il 6° giorno lavorativo (compreso il sabato) precedente la data d'inizio dell'evento.

Trascorso tale termine, sarà inevitabile l'addebito dell'intera quota d'iscrizione. Saremo comunque lieti di accettare un Suo collega in sostituzione purché il nominativo venga comunicato via fax almeno un giorno prima della data dell'evento.

I partecipanti degli eventi IIR potranno usufruire di tariffe agevolate viaggiando con



Contattaci al numero  
02 83847.627 per  
ricevere il tuo voucher!



**Non ha potuto partecipare a un evento?**

Richiedi gli atti a:  
doconline@iir-italy  
Tel. 02 83847.624

Seguici su:

