



ASSIRM
Ricerca. Conoscenza. Futuro.

MRF22

IX EDIZIONE

IL FORUM DELLA CONOSCENZA

MARKETING RESEARCH FORUM

on demand fino 21 ottobre 2022

Comprendere i (nuovi) consumatori alla base di ogni strategia di mercato

Enzo Frasio – VP ASSIRM

Assirm #MRF2022

11 OTTOBRE

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

a supporto delle riflessioni e dei dibattiti ASSIRM presenta, in diverse sessioni, i risultati di una ricerca condotta su un campione di ca 4.000 casi (individui e aziende)

12 OTTOBRE

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



Assirm #MRF2022

6

**Interventi
istituzionali**

40

**Relatori
in totale**

3

**Tavole
rotonde**

20+

**physical-digital
stands**

tutti i contenuti disponibili on demand fino al 21 ottobre



Dove eravamo rimasti?

La complessità del momento e il ruolo della Ricerca di Mercato

Assirm



Perché le Aziende acquistano Ricerche di Mercato

RdM relative ad operazioni di Marketing

Misurare efficacia comunicazione ★

Ottimizzazione pianificazione Media

Testare prodotto / prezzo ★

Profilare clienti / prospect ★

Ottenere info su proprio posizionamento

Comprendere path to purchase consumatori ★

RdM «anticicliche»

Studi Base

Usage and attitudes

Identificazione bisogni ★

Brand equity e CS ★

Modelling e Forecasting

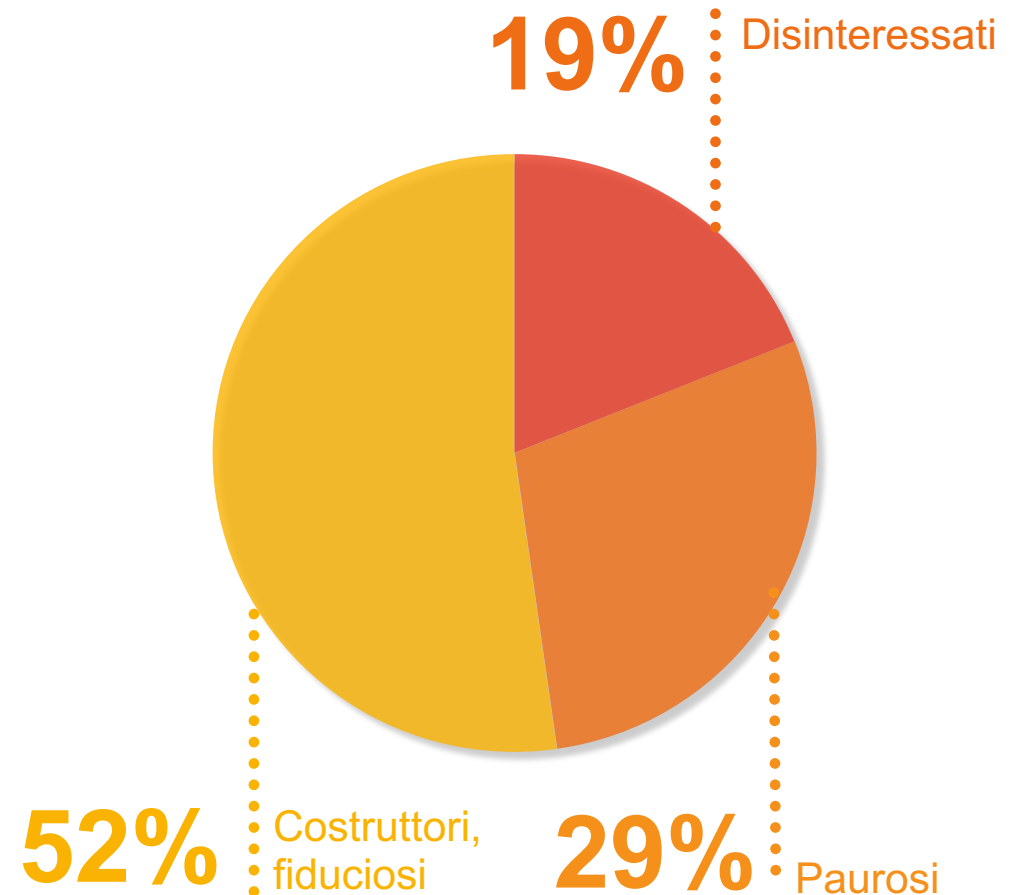
Studi di scenario



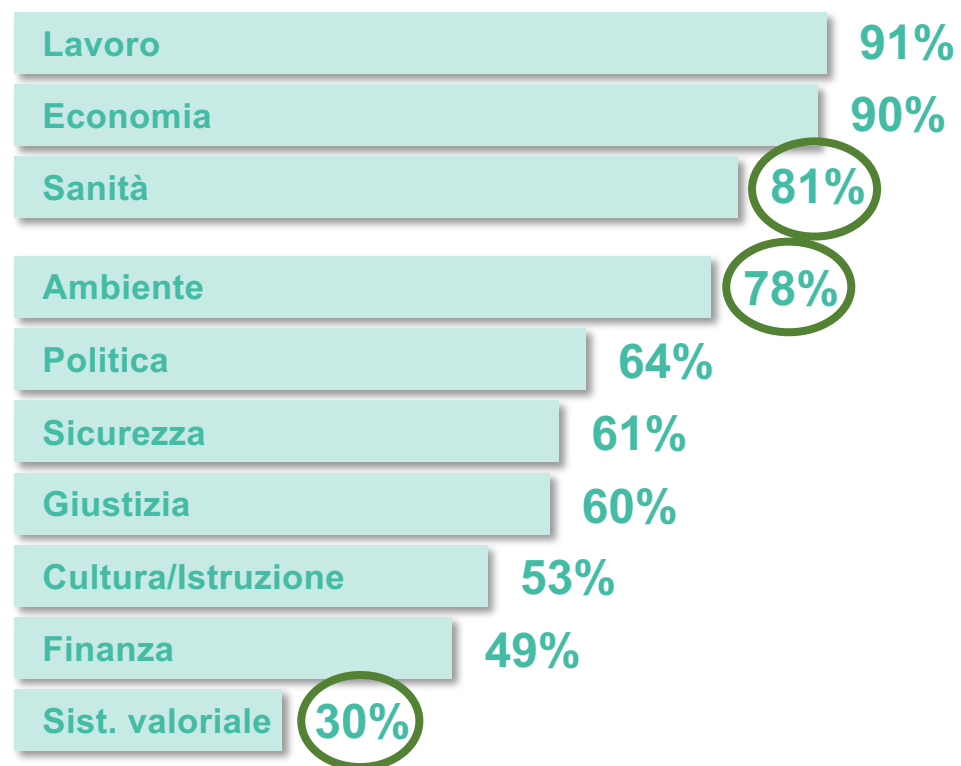
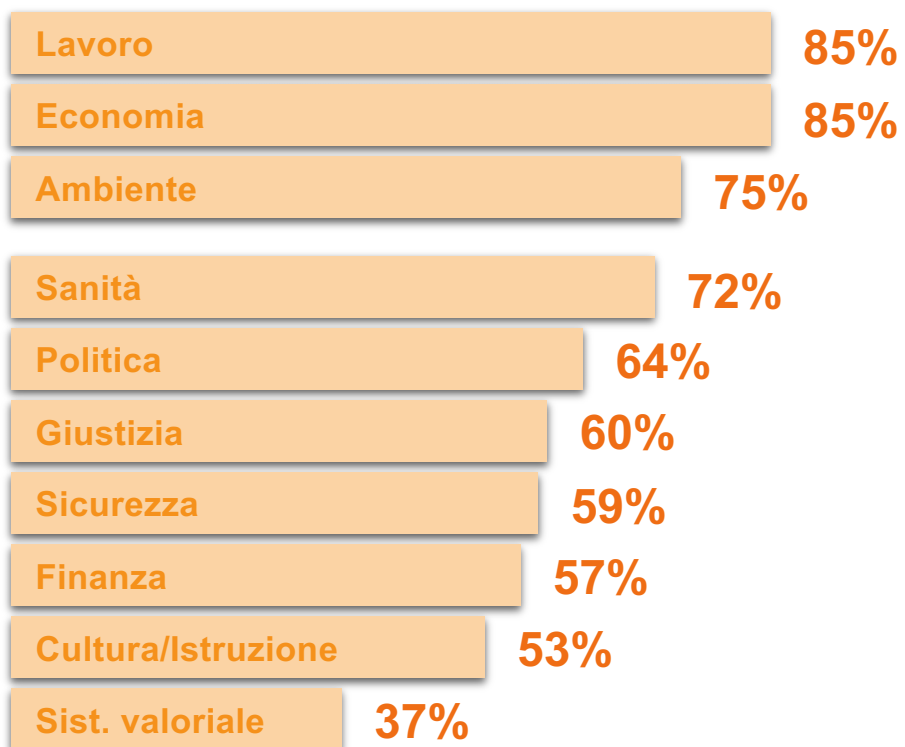
Vincere la sfida della Complessità

Comprendere i «nuovi» consumatori

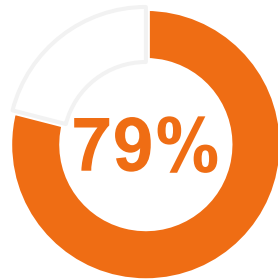
Incertezza e sentiment



Quali sono gli ambiti nei quali si percepisce un momento di crisi ed incertezza



Sanità



**Sanità:
il periodo di incertezza**



Cause

Malattie/pandemie

Corruzione



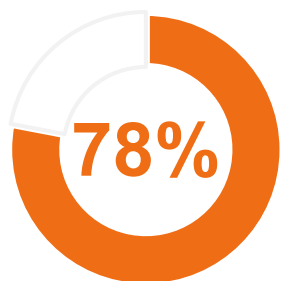
Conseguenze

Insufficienti risorse per
garantire il sistema
pensionistico

Malattie/pandemie

Aumento della criminalità,
delinquenza

Ambiente



**Ambiente:
il periodo di incertezza**



Cause

Siccità

Aumento del livello dei
mari

Aumento in frequenza ed
in intensità dei fenomeni
meteorologici estremi



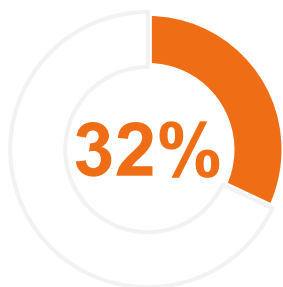
Conseguenze

Aggravamento
emergenze ambientali

Conflitti / guerre

Disparità sociale /
accentramento della
ricchezza nelle mani di
pochi

Sistema Valoriale



**Sistema valoriale:
il periodo di incertezza**



Cause

Perdita delle capacità critiche

Relazioni umane ad intermittenza, rapporti umani sempre più discontinui: relazioni virtuali (tecnologie che relazionano un crescente numero di individui senza vedersi fisicamente)

Lobby-interessi economici dei “big” che influenzano le decisioni



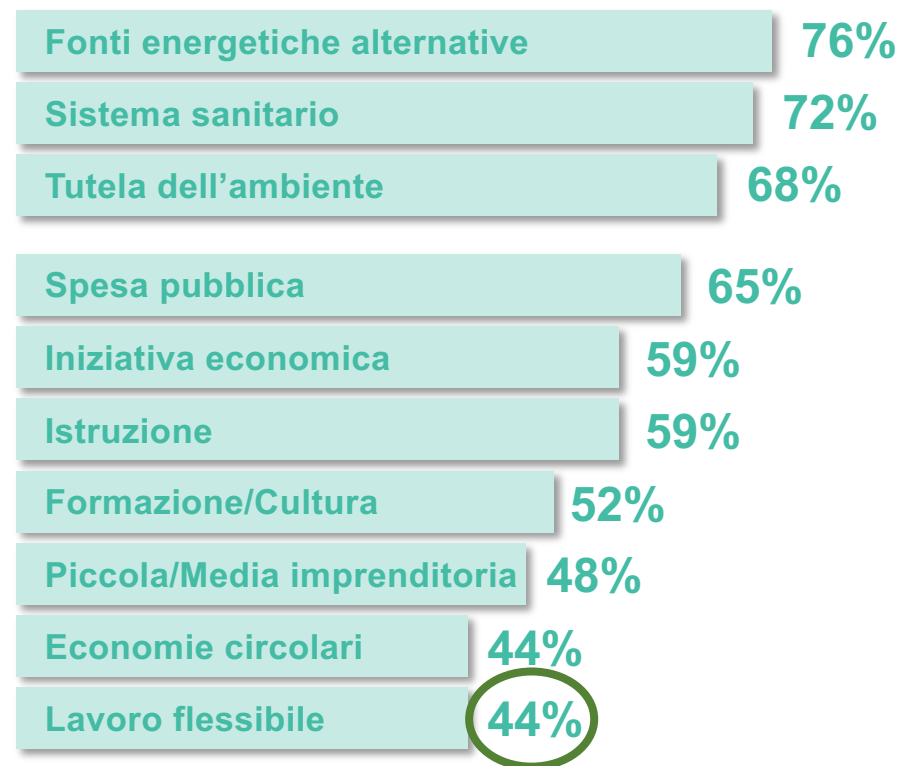
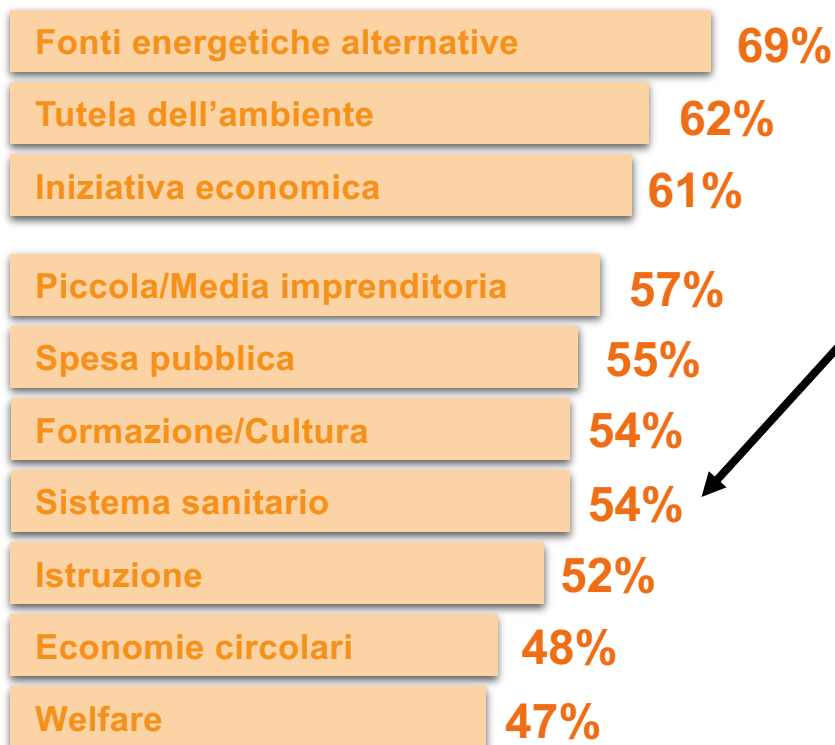
Conseguenze

Egoismo

Perdita del potere di acquisto

Disparità sociale / accentramento della ricchezza nelle mani di pochi

Quali sono gli ambiti nei quali si necessita un intervento per gestire l'attuale situazione



Comportamenti assunti dalla Popolazione

Ridurre i consumi energetici



Ridurre le spese



Risparmiare sugli acquisti



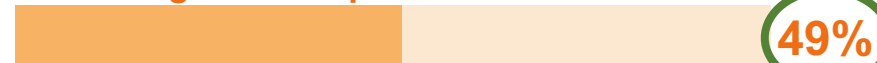
Acquistare prodotti locali



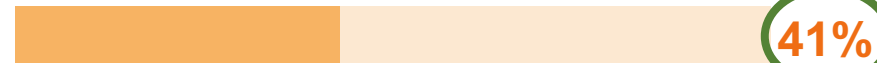
Ridurre l'uso dell'automobile



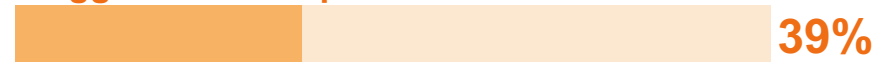
Cerco di godermi il presente



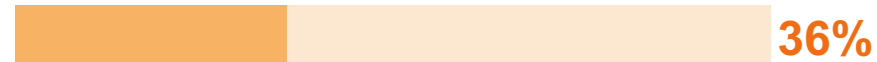
Aiuto chi è in difficoltà



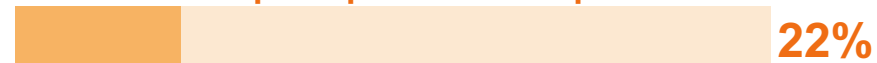
Viaggiare il meno possibile



Investire nella mia formazione



Sottoscrivere piani pensionistici privati



Aspettative verso le Aziende

Investimenti sul territorio



Contrasto del lavoro «nero»



Materie prime locali



Politiche eco-sostenibili



Trasparenza



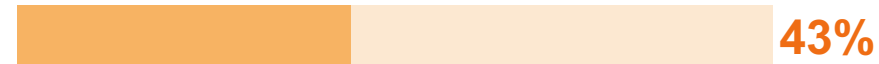
Agevolazione economiche per i consumatori



Localizzazione della produzione



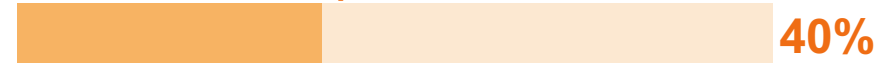
Investimenti nell'innovazione



Aiutare chi ha bisogno



Investimenti nel capitale umano



ASSIRM
Ricerca. Conoscenza. Futuro.

MRF22

IX EDIZIONE

IL FORUM DELLA CONOSCENZA

MARKETING RESEARCH FORUM

on demand fino 21 ottobre 2022

Grazie!

#MFR22

www.assirmforum.it