

DAILYMEDIA

DATA: 17-10-2019

TIPOLOGIA: Testata di Comunicazione

PAGINA: 18

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXIX 178

giovedì 17 ottobre 2019

p. 18

L'intervista La democratizzazione dell'informazione: analisi di mercato e ricerca analitica a supporto delle aziende



Adriano Antonuccio

Ne parla Adriano Antonuccio, Country manager Italy di Statista, ospite il 29 ottobre all'Assirm Marketing Research Forum

visione della sua presenza all'Assirm Marketing Research Forum, che si terrà il 29 ottobre 2019 presso Palazzo Mezzanotte a Milano, abbiamo intervistato Adriano Antonuccio, Country manager Italy di Statista. Il tema centrale dell'edizione 2019 del Marketing Research Forum è "Design the future. Ricerca, Strategia, Insight e Data Intelligence per la crescita delle imprese". Perché i dati sono così importanti oggi? L'attitudine all'analisi dei dati deve penetrare nella cultura aziendale. In ogni funzione e ad ogni livello, occorre compiere scelte basate su dati di business performance e di mercato. È l'unica via per ridurre al minimo gli errori e ambire ad una crescita costante del business. La missione di Statista, fin dalla sua fondazione nel 2007, è sempre stata quella di diffondere nelle aziende e nelle università la cultura dei dati, promuovere la lettura della società attraverso i dati e cercare incessantemente conferme empiriche alle intuizioni umane. Ad esempio, oggi un tema fondamentale molto dibattuto è la transizione ecologica. Le aziende si stanno freneticamente cimentando nell'interpretare i cambiamenti di opinione dei consumatori sui temi del consumo responsabile e sostenibile. Capire come i cambiamenti di opinione si tramutino poi in cambiamenti significativi nelle abitudini di consumo è una sfida importante per chi svolge ricerche di mercato.

Quale ruolo, quindi, per le ricerche di mercato?

In qualsiasi azienda, per raggiungere traguardi importanti e ottenere profitti considerevoli è necessario, oggi come non

mai, svolgere ricerche e analisi di mercato. Lo sviluppo di strategie di business di successo è spesso incentrato unicamente sull'autenticità di un'idea di mercato: una visione innovativa non è però sufficiente. Per raggiungere traguardi aziendali significativi è, infatti, indispensabile attingere ad informazioni attendibili e svolgere analisi di mercato, selezionando in modo accurato fornitori e fonti.

Quali saranno gli argomenti alla base del vostro workshop all'Assirm Marketing Research Forum?

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una democratizzazione dell'informazione: cittadini, consumatori e aziende hanno accesso liberamente a quantità di informazioni fino a un decennio fa totalmente impensabili. Da un lato questo è un diritto ormai imprescindibile, dall'altro però potrebbe generare confusione e smarrimento. L'analisi di mercato e la ricerca analitica specifica diventano così strumenti indispensabili per le aziende per destreggiarsi nel mare magnum di informazioni liberamente accessibili e per studiare il contesto economico nel quale operano, il settore di riferimento delle proprie attività, nonché il comportamento della propria target audience. Un'analisi di mercato svolta correttamente permette alle realtà imprenditoriali di prendere consapevolezza delle opportunità di profitto o dei fattori di rischio presenti in un determinato mercato, di sviluppare un business plan vincente e di elaborare strategie di marketing qualificate. La proposizione di Statista è proprio questa: qualsiasi sia il settore di riferimento, il contesto socioeconomico di un Paese, la tipologia di informazione richiesta, siamo in grado di fornire un aiuto fondamentale per districarsi tra le innumerevoli fonti, integrando tutti questi dati con contenuti proprietari, quali analisi previsionali e consumer insights.

Statista è tra i maggiori research hub al mondo, la piattaforma online di statistica che in pochi anni è riuscita ad imporsi come leader tra i fornitori di dati di mercato e di consumo in tutto il mondo. La sua forza sta nella mole di dati disponibili per le aziende clienti e nelle capacità dei suoi componenti di sviluppare continuamente nuovi prodotti e modelli di business di successo. Con contenuti di alta qualità preparati secondo standard scientifici, Statista offre ai clienti commerciali, ai ricercatori, agli utenti privati e alla comunità accademica l'accesso diretto a fatti e statistiche quantitative affidabili e rilevanti. Inoltre, lo Statista Global Consumer Survey offre una prospettiva globale sui comportamenti d'acquisto, coprendo il mondo offline e online. In pre-