

DAILYNET

DATA: 23-10-2019

TIPOLOGIA: Testata di Comunicazione

PAGINA: 25

DailyNet
Il quotidiano del marketing in rete

#182

ANNO XVII - MERCOLEDÌ 23 OTTOBRE 2019

Appuntamenti Toluna presente all'Assirm Marketing Research Forum 2019 con le case history Nestlé e Colgate Palmolive

Il prossimo 29 ottobre si alza il sipario sulla nuova edizione dell'Assirm Marketing Research Forum che quest'anno si trasferisce a Palazzo Mezzanotte, sede della Borsa di Milano. Tra gli ospiti più attesi Toluna, tech company leader nel digital market research, che in qualità di platinum sponsor illustrerà due importanti case study per mostrare le caratteristiche e la forza dell'Agile Research nel mercato moderno.

I DUE INTERVENTI IN PROGRAMMA

Alle 10:30 saliranno sul palco Marco Barilli, Sales Director di Toluna e Valentina Holzner, Consumer Insight Manager di Nestlé, che nell'intervento "Per rimanere al passo del mercato la ricerca deve diventare agile e veloce" parleranno del ruolo chiave del time to market e della conoscenza dei consumatori per affrontare le dinami-

che più complesse dell'industry come il tasso di fallimento dei nuovi prodotti, sempre molto alto, o la crescita dei brand direct to consumer. Dalle 11:45 alle 12:10 sarà invece la volta di Giovanna Martinelli, Chief Research Officer di Toluna e Francesca Villa, Digital Research Manager di Toluna, che presenteranno "Il potere dell'Agile Research nel portare innovazione ai clienti: il caso Colgate Palmolive". Un workshop dedicato al valore dell'approccio agile capace di garantire insights di assoluta qualità per verificare l'idea, esplorarne quantitativamente le potenzialità e testare i di-

versi concept come prodotto, pack o advertising in breve tempo come richiesto dal mercato. Sul palco verrà raccontato anche il caso di studio con Colgate Palmolive che grazie a questa innovativa metodologia è riuscito a comprendere come posizionare al meglio i propri prodotti per conquistare sia consumatori che quote di mercato.

Toluna 