

SMARKNEWS.IT

DATA: 17-11-2020

TIPOLOGIA: Testata dedicata alla comunicazione e al marketing

LINK: <http://www.smarknews.it/smark/aspettando-lassirm-mrf20-intervista-a-enzo-frasio-presidente-gfk-italia/>



Aspettando l'ASSIRM MRF20: intervista a Enzo Frasio, presidente GfK Italia.

Smart Marketing è felice di essere media partner del Marketing Research Forum Live, l'evento dedicato alle ricerche di mercato e al marketing. L'appuntamento con la speciale edizione digitale è fissato al 19 novembre 2020, dalle 9:00 alle 18:00, sulla piattaforma Liveforum.space.

By **La redazione** - 17 novembre 2020

👁 45 🗨 0



Enzo Frasio, presidente GfK Italia.

Ci siamo quasi per il [Marketing Research Forum](#) organizzato da **Assirm**. L'evento, in programma giovedì 19 novembre dalle 9:00 alle 18:00, completamente gratuito, permetterà ai partecipanti di seguire i principali player del settore, confrontarsi su trend, sfide e opportunità per la crescita delle imprese.

Noi di **Smart Marketing** siamo felici di essere media partner dell'iniziativa e, per l'occasione, riportiamo l'intervista a **Enzo Frasio**, presidente **GfK Italia**.

Cosa significa per voi partecipare all'Assirm Marketing Research Forum Live 2020?

L'Assirm Marketing Research Forum è un importante appuntamento per condividere approcci innovativi e soluzioni studiate per far fronte alle key business questions, che tutti gli attori del mercato si trovano ad affrontare. In particolare, nell'attuale scenario che ha raggiunto livelli di complessità estremi, il comparto delle Ricerche di Mercato può dare un contributo importante alla business community aiutando a gestire il presente al meglio e a programmare le attività del prossimo futuro.

Il 2020 è stato un anno particolare, come si sono adattate le ricerche di mercato al cambiamento? Cosa vi aspettate in termini di business dal nuovo anno?

Il 2020 ha portato il mondo intero in lockdown e ad una crisi globale senza precedenti, ponendo la maggior parte dei nostri partner in una situazione di grande incertezza.

GfK si è attivata subito per supportare la Business Community, attraverso l'organizzazione di molteplici Web Conference (i primi in assoluto a Marzo 2020, in pieno lockdown) e con il lancio di diversi tracking dedicati e ricerche ad hoc tese ad analizzare gli effetti dell'emergenza COVID-19 sui Mercati, sui Consumatori e sui Media.

Il nostro ruolo, in un momento così critico come quello che stiamo passando come sistema-paese, è quello di supportare i nostri Partner nel prendere decisioni in uno scenario così disruptive, cercando di ridurre il rischio. GfK, ossia Growth from Knowledge, rappresenta esattamente il tipo di consulenza che le società di Ricerche di Mercato devono garantire ai propri partner, per uscire da questa crisi più forti di prima.

Quali saranno le tematiche principali e più significative del vostro workshop?

Nello speech GfK presenteremo gfknewron, entusiasmante risultato di un percorso iniziato in tempi non sospetti (ben prima dell'avvento del COVID-19) con il quale GfK già si proponeva di "traghetare" i propri partner attraverso "le acque turbolente" della crisi, riuscendo a isolare gli insight significativi dal rumore di fondo.

gfknewron è il nuovo ecosistema con cui GfK sta già fornendo ai propri clienti raccomandazioni prescrittive, basate su AI, per prendere in maniera più rapida e fondata, decisioni complesse attraverso l'integrazione di tutte le fonti dati e di insight a disposizione di GfK (Sales tracking, Consumer tracking, Brand tracking, Ricerche AdHoc, Forecast e tanto altro).

Grazie all'intelligence racchiusa in gfknewron è possibile ottimizzare le vendite dei propri prodotti e massimizzarne i profitti alla luce del proprio posizionamento prezzo rispetto alla concorrenza, dell'andamento della propria quota di mercato e dell'evoluzione del comportamento dei consumatori.

Tutto questo "always-on" perché, come l'attuale contesto ci mostra ogni giorno, l'oggi è già cambiato rispetto a ieri!