

FOCUSECOMMERCE.IT

DATA: 18-11-2020

TIPOLOGIA: Testata dedicata al commercio elettronico

LINK: <https://www.focusecommerce.it/intervista-a-fabrizio-fornezza-partner-eumetra-presente-allassirm-marketing-research-forum-live-15969/>



Intervista a Fabrizio Fornezza, Partner Eumetra, presente all'Assirm Marketing Research Forum Live

EVENTI



Redazione



Novembre 18, 2020



8



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

Partecipare quest'anno all'Assirm MRF significa innanzitutto avere l'opportunità di incontrare, almeno virtualmente, tutti i colleghi, di aziende di ricerca o specializzate nelle diverse industry, che come noi si occupano quotidianamente di ricerca. Crediamo moltissimo nella relazione e nel valore del "fare sistema".

L'Assirm Forum è l'appuntamento di riferimento per il nostro settore e, specialmente quest'anno, offre un'opportunità imperdibile di riflessione e di confronto sul futuro di tutti noi, in un momento di profondo cambiamento e ridefinizione dei paradigmi della società e dell'economia, a livello mondiale.

Esserci per noi è fondamentale perché desideriamo essere protagonisti nel tracciare le linee di sviluppo del business insight e della consulenza e offrire il nostro contributo nell'arricchire le soluzioni pensate per rispondere alle necessità delle aziende, che, nell'attuale contesto, hanno quanto mai bisogno di supporto nel prendere rapidamente e consapevolmente le migliori decisioni per il proprio business.

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 settore delle ricerche di mercato offre da sempre le risposte per reagire al cambiamento: oggi la nostra attività è quindi più che mai strategica per comprendere quello che sta accadendo, guidando le scelte di Aziende e Istituzioni per garantire non solo la ripresa, ma anche la crescita e lo sviluppo futuri.

Per questo è ora fondamentale continuare a investire in ricerca: lo strumento che consente di mettersi in ascolto, capire i bisogni emergenti degli individui e rispondere con soluzioni concrete ed efficaci.

Il settore ha reagito rapidamente, adattandosi al mutato contesto con nuove soluzioni, grazie anche alle risorse del digitale. Anche noi abbiamo colto l'occasione per razionalizzare la nostra offerta, arricchendola per incontrare ancora meglio le esigenze delle Aziende, aiutandole a gestire l'attuale complessità, superare le difficoltà contingenti e identificare le soluzioni operative per ripartire con nuovo slancio. Se lavoreremo tutti insieme in questa direzione, siamo certi che potremo contribuire alla ripartenza del Paese.

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

In linea con il percorso di contributi all'innovazione avviato in passato, quest'anno vogliamo "sfidare" i luoghi comuni su due temi caldi per il mercato. Il primo: le tecniche di segmentazione al servizio dei brand in cerca di sistemi efficienti per avere conversazioni dirette con consumatori interessati a messaggi personalizzati. Un tema importante, non sempre risolto dalle soluzioni digital.

Il secondo – che è l'oggetto dell'esercizio di segmentazione – è l'e-commerce. Un fenomeno in crescita che deve evolversi e servire segmenti diversi rispetto ai suoi primi fruitori.

Il nostro workshop mette insieme questi due fattori: useremo tecniche di segmentazione evolute per far comprendere come far crescere il proprio e-commerce, non solo nell'attuale contesto, ma anche in un'ottica di sviluppo futuro. L'obiettivo: creare un nuovo e-commerce, più competitivo e ingaggiante per tutti.

