

DAILYMEDIA

DATA: 16-10-2018

TIPOLOGIA: Testata Comunicazione

PAGINA: 5

# DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXVIII 176

martedì 16 ottobre 2018

p. 5

## Eventi Ales Market Research: sorprese e curiosità sull'uomo contemporaneo riconfigurato

Intervista a Luisa Vassanelli, Qualitative Innovation e Digital Manager, ospite il 30 ottobre all'Assirm Marketing Research Forum

**A**les Market Research è un istituto di ricerca indipendente italiano che aiuta i clienti a trovare soluzioni di marketing efficaci e Consumer Insight rilevanti. Dal 2000, Ales Market Research ha lavorato con più di 70 aziende e condotto ricerche in 29 Paesi in tutto il mondo. Al suo interno può contare su esperti in tecniche qualitative e quantitative, offrendo alle aziende soluzioni offline e online. In previsione della sua partecipazione all'Assirm Marketing Research Forum, che si terrà il 30 ottobre 2018 presso il Talent Garden Calabiana di Milano, abbiamo intervistato Luisa Vassanelli, Qualitative Innovation e Digital Manager - Ales Market Research.

### Cosa significa per Ales Market Research partecipare all'Assirm Marketing Research Forum?

Partecipare è un'opportunità per condividere generosamente e senza pregiudizi il nostro entusiasmo e la passione per l'innovazione in termini metodologici ma anche culturali: una preziosa occasione di con-

fronto e reciproca fertilizzazione di sapere in tema di ricerca, ma soprattutto di consumer insight. Ales ha una forte expertise in behaviour science, per questo amiamo metterci nei panni dei nostri consumatori per entrare nella loro vita di ogni giorno e così comprendere cosa guida i loro desideri, i loro comportamenti e le loro scelte. Il titolo del Forum parla di "sfide del marketing, ricerca come risorsa per proiettare le imprese nel futuro", queste sono le parole chiave per noi. I consumatori sono in continua evoluzione e stare al passo con i loro bisogni e desideri rappresenta una sfida che noi raccogliamo, affrontiamo e vogliamo vincere.

### Il tema centrale di quest'anno è la ricerca vista come un'opportunità di crescita per le aziende in termini di business. Su quali temi verterà il vostro Intervento all'Assirm Forum?

Proprio perché crediamo che la ricerca sia un'opportunità di crescita e crescere significa adattarsi ai cambiamenti, è fondamentale che le ricerche di mercato siano anche ispirazione e apertura e aiutino le aziende a comprendere le evoluzioni dei consumatori e i nuovi trend. Per farlo, i metodi di ricerca stessi devono evolversi. Per questo abbiamo scelto di occuparci, tramite un approccio interdisciplinare e multi-source, di un partico-



Luisa Vassanelli

lare tipo di consumatore e acquirente, spesso trascurato, l'uomo contemporaneo. Un consumatore che si sta evolvendo velocemente e che si è letteralmente riconfigurato per stare al passo con donne sempre più eccezionali, rivelandosi un target di comunicazione e marketing molto insightful, assolutamente da includere nelle future strategie di business.