

DAILYMEDIA

DATA: 08-10-2019

TIPOLOGIA: Testata di Comunicazione

PAGINA: 17

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXIX 171
martedì 08 ottobre 2019

p. 17

L'intervista Data Driven Era: quando la crescita aziendale è garantita da decisioni data-insight-driven

Ne parla Francesco Renga, Country Manager di Norstat, ospite il 29 ottobre all'Assirm Marketing Research Forum

Norstat mette in comunicazione aziende, consumatori, politici ed elettori, editori e pubblico. La società utilizza metodologie di ricerca con basi solide, per aiutare a prendere le decisioni opportune e migliorare il proprio business, con un'offerta ampia e diversificata online e offline. Norstat raccoglie dati affidabili su qualunque argomento o target, scegliendo le soluzioni data collection più efficaci: scientificamente provate, piacevoli per i rispondenti e sostenibili per il settore. In previsione della sua partecipazione all'Assirm Marketing Research Forum, che si terrà il 29 ottobre 2019 presso Palazzo Mezzanotte a Milano, abbiamo intervistato Francesco Renga, Country Manager.

Il tema centrale dell'edizione 2019 del Marketing Research Forum è "Design the future. Ricerca, Strategia, Insight e Data Intelligence per la crescita del-

le imprese". Qual è la visione di Norstat?

Secondo il Cambridge Journal of Economics, un'azienda che opera in un mercato competitivo, con tasso di crescita pari a zero, vede ridotte le sue prospettive di crescita nel medio termine e ha elevate possibilità di fallimento sul lungo periodo. Le imprese non possono esimersi, quindi, dal considerare la crescita come una delle implicite basi di sostenibilità del business.

Ma come crescere, per non morire?

Naturalmente con le ricerche di mercato! Perché, nonostante i detrattori delle stesse, per sminuire il valore e la loro essenzialità, spesso ripropongano lo storico aforisma di Henry Ford "Se avessi chiesto alle persone cosa volevano, loro mi avrebbero risposto dei cavalli più veloci", le ricerche di mercato sono invece condizione necessaria, anche se non sufficiente, per la crescita.

Oltre al fatto che stiamo parlando di una "era geologica" diversa, ovvero quella della standardizzazione, dell'ottimizzazione e delle mass-production. È fondamentale notare come Ford disse "Se avessi chiesto...avrebbero risposto" e quindi in realtà non chiese alle persone cosa volessero ma soprattutto non lesse mai le loro risposte, non avendoglielo mai chiesto! Infine, è doveroso notare anche come la domanda, se l'avesse posta, sarebbe stata del tutto errata, fuorviante e avrebbe certamente portato a dati ingannevoli.

Ci ha parlato di una diversa era geologica delle ricerche. In quale ci troviamo oggi?

Oggi viviamo oramai in quella che potremmo definire come la "Data Driven Era": secondo una ricerca Forrester (<https://urly.it/32tjx>), le aziende data-insight-driven crescono annualmente più del 30%, 8 volte più velocemente del Prodotto Interno Lordo Mondiale e arriveranno a fatturare globalmente 1,8 trilioni di dollari l'anno entro il 2021. E tan-



Francesco Renga

te aziende, sia grandi che piccole, stanno crescendo e raggiungendo il successo attraverso decisioni data-insight-driven, ovvero utilizzando i dati di ricerca per prendere decisioni aziendali strategiche vincenti.