

DAILYMEDIA

DATA: 16-10-2019

TIPOLOGIA: Testata di Comunicazione

PAGINA: 32

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXIX 177

mercoledì 16 ottobre 2019

p. 32

L'intervista Global Consumer Survey: consumer panel globale sviluppato dalla partnership tra Cint e Statista

Ne parla Nella La Grotteria, Sales Director Italy di Cint, ospite il 29 ottobre all'Assirm Marketing Research Forum

Con 50 milioni di utenti registrati in oltre 80 Paesi del mondo, Cint rappresenta una piattaforma di scambio di informazioni online capace di mettere in contatto le community con i ricercatori, nonché le agenzie e i brand, attraverso l'accesso e la condivisione dei dati relativi ai consumatori. Rappresenta la spina dorsale tecnologica delle società di insights di maggior successo a livello mondiale. La sua piattaforma, infatti, accelera l'efficienza della raccolta dei dati del sondaggio, così che le aziende possano avere insights più rapidamente, in modo conveniente a livello di costi e di scalabilità per offrire prodotti e servizi migliori. Intervista a Nella La Grotteria, Sales Director Italy di Cint in previsione della sua partecipazione all'Assirm Marketing Research Forum, che si terrà il 29 ottobre 2019 presso Palazzo Mezzanotte a Milano.

Il tema centrale dell'edizione 2019 del Marketing Research Forum è "Design the future. Ricerca, Strategia, Insight e Data Intelligence per la crescita delle imprese". Cosa significa per voi parteciparvi?

Come ogni anno Cint, partner strategico in Italia e a livello globale nel campo della ricerca online, ha scelto di essere presente come Main Sponsor all'Assirm Marketing Research Forum. Il nostro obiettivo è quello di trasformare il modo in cui le aziende operano oggi, fornendo loro innovazione e presenza sul mercato. Si avverte sempre più il bisogno di raccogliere insights velocemente e in maniera efficiente e noi lo facciamo attraverso la raccolta di dati nelle indagini che proponiamo ai nostri panelisti.

Qual è dunque la vostra visione in merito al tema focus dell'evento?

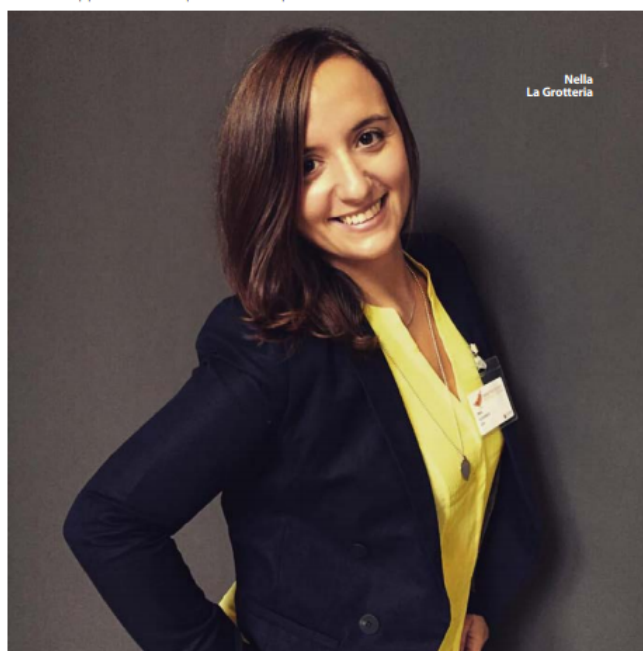
Grazie all'efficacia nella raccolta di dati e agli strumenti digital, gli insights a disposizione delle aziende sono sempre più numerosi e concreti. Questo ha un ruolo di assoluta rilevanza a supporto della definizione delle strategie di sviluppo delle im-

prese. Cint è presente sul mercato da oltre 20 anni. Nata a Stoccolma, ha da sempre rivoluzionato il mondo delle ricerche di mercato con il suo business model e ha trasformato l'efficacia pubblicitaria con strumenti automatizzati e con i prodotti che le hanno permesso di posizionarsi nel tempo come azienda tecnologica.

Quali saranno gli argomenti alla base del vostro workshop all'Assirm Marketing Research Forum?

Nel nostro workshop parleremo dell'offerta Cint e del Global Consumer Survey che, oltre a rappresentare il perfetto comple-

tamento all'offerta di Statista, è un chiaro esempio della versatilità e affidabilità fornite da un player come Cint, in grado di gestire un progetto su scala globale fornendo al contempo una qualità dei dati coerente in tutti i Paesi. La Global Consumer Survey nasce dall'esigenza sempre crescente di offrire una prospettiva globale sui comportamenti d'acquisto, l'utilizzo dei media, l'interazione tra i consumatori e i brand, coprendo il mondo offline e online. Condotto come sondaggio online interattivo, coinvolge oltre 400.000 consumatori in 46 paesi, con sondaggi che coprono oltre 50 settori e oltre 5.000 brands.



Nella
La Grotteria