

DAILYMEDIA

DATA: 22-10-2019

TIPOLOGIA: Testata di Comunicazione

PAGINA: 20

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXIX 181
martedì 22 ottobre 2019

p. 20

l'intervista Il futuro del reporting in un mondo di dati: come è possibile arricchire le informazioni all'interno delle ricerche quantitative?

Dynata raggiunge oltre 60 milioni di persone in tutto il mondo e questo la rende uno dei principali fornitori a livello mondiale di dati first-party. Con una vastissima gamma di attributi individuali di profilazione dei propri panelisti e un ventaglio di soluzioni e servizi innovativi Dynata è un vero e proprio punto di riferimento nel mondo dei dati precisi, affidabili e di qualità. Dynata serve circa 6.000 clienti tra agenzie di ricerca di mercato, agenzie mass media e pubblicitarie, società di consulenza e investimento, clienti aziendali e del settore sanitario che operano in America del Nord, Sud America, Europa e Asia-Pacifico. Intervista ad Andrea Colombo, Country Manager, Southern Europe – Dynata in previsione della sua partecipazione all'Assirm Marketing Research Forum, che si terrà il 29 ottobre 2019 presso Palazzo Mezzanotte a Milano.

Ne parla Andrea Colombo, Country Manager, Southern Europe di Dynata, ospite il 29 ottobre all'Assirm Marketing Research Forum

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". Su quali aspetti si concentrerà il vostro workshop all'Assirm Forum?

Quest'anno siamo ancora più entusiasti di tornare al Marketing Research Forum, appuntamento dove non manchiamo dalla sua prima edizione, perché possiamo finalmente presentarci al pubblico italiano con il nostro nuovo brand, Dynata, nato dalla fusione e integrazione di Research Now e Survey Sampling Int. (SSI). Per quanto concerne il nostro workshop, posso anticipare che illustreremo come, nell'era della GDPR, i dati definiti come "first-party" giochino un ruolo fondamentale nell'arricchimento

delle informazioni dichiarative, provenienti dai sondaggi. Parleremo del futuro delle ricerche e illustreremo come la tecnologia e la ibridazione dei dati permetteranno, non solo di generare insight prima sconosciuti o difficili da rilevare, ma anche ridurre i tempi di lavoro e arricchire l'ecosistema aziendale che ruota intorno al data intelligence. Illustreremo il tutto con dei casi pratici e sveleremo come il futuro appena descritto sia più vicino di quanto molti possano immaginare.

Come sfruttare al massimo il potenziale della ricerca?

Condivideremo le tecnologie utilizzate per integrare i dati di una ricerca con altri tipi di informazioni, come: geo localizzazione, CRM, le segmentazioni dei

consumatori più all'avanguardia, esposizione pubblicitaria (cookies), meter (metering). Cercheremo di illustrare quali sono le capacità tecnologiche necessarie per incrociare dati provenienti da differenti fonti e spiegare come siano uno strumento imprescindibile per ottenere informazioni di maggior qualità. Discuteremo di com'è possibile sfruttare ancora meglio i dati che le attuali tecnologie ci mettono a disposizione, per migliorare la comprensione del consumer journey specialmente attraverso la "consumer activation".

In questo nuovo contesto, qual è, dunque, il ruolo delle ricerche di mercato e dei ricercatori?

Grazie alla nostra ampia esperienza con 6000 clienti in 90 paesi, in Dynata vediamo che le aziende che sono in grado di attribuire il giusto valore alla ricerca hanno a disposizione maggiori opportunità di successo. Vorrei ringraziare Assirm, e tutti gli altri attori di questo magnifico evento, per continuare a promuovere in modo eccellente questo settore che tanto appassiona tutti noi addetti ai lavori e colgo l'occasione per invitare tutti ad unirsi al nostro workshop, non se ne pentiranno!