

# Triple A Solutions.

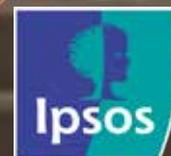
- ✓ Appropriate.
- ✓ Agile.
- ✓ Affordable.

## WEBINAR

---

29 Settembre  
2, 8, 13, 21 e 27 Ottobre  
3 e 17 Novembre

[www.ipsos.it](http://www.ipsos.it)



“

L'arrivo del Covid-19 ha determinato enormi cambiamenti nel comportamento di tutti noi, costringendoci spesso, oltre che a riscoprire nuovi valori, a rivalutare le nostre azioni e a ripensare ai nostri modelli di business. Ma una crisi è anche una buona occasione per premere sull'acceleratore dell'innovazione.

In questi mesi di lockdown abbiamo lavorato per rafforzare la nostra capacità di ascolto e comprensione delle persone. Lo abbiamo fatto grazie alle competenze, alle conoscenze e al rigore metodologico che Ipsos ha saputo sviluppare globalmente ben prima che il Covid diventasse un'emergenza.

Per questo motivo abbiamo organizzato una nuova serie di webinar, della durata di 30 minuti, per presentare le nostre Triple A Solutions: Appropriate. Agile. Affordable, una gamma di soluzioni innovative e flessibili adatte ai tempi, al budget e alle esigenze dei nostri clienti.

Il nostro obiettivo è, come sempre, quello di essere vicino ai nostri partner, aiutarli in questo momento di forte incertezza offrendo loro, non solo la nostra esperienza, ma anche soluzioni e strumenti che permettano di ottenere informazioni accurate, di valore, funzionali a prendere decisioni di business concrete.

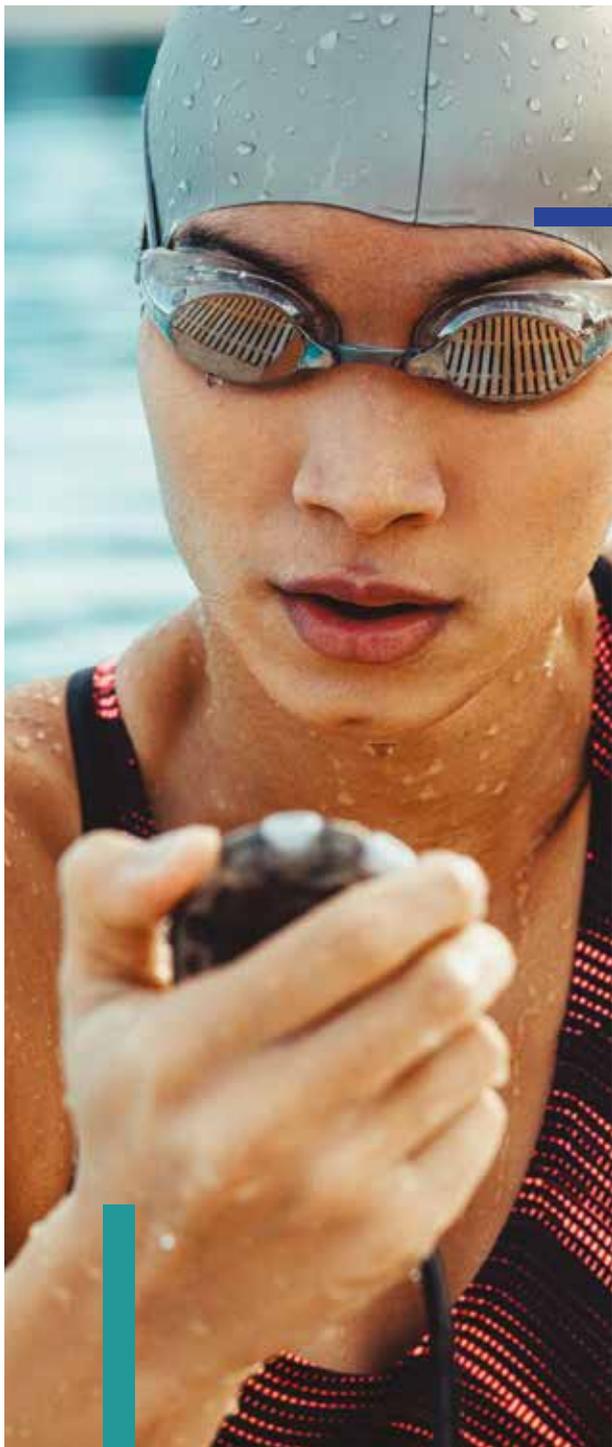
Ti aspetto.

**Nicola Neri**  
CEO Ipsos  
[Nicola.Neri@ipsos.com](mailto:Nicola.Neri@ipsos.com)

”

**Triple A Solutions.** - Appropriate. Agile. Affordable.





## IN STORE ACTIVITY PERFORMANCE

### Per misurare l'impatto delle attivazioni in store

A cura di **Diego Persali**

MSU Leader

[Diego.Persali@Ipsos.com](mailto:Diego.Persali@Ipsos.com)

---

**29** settembre **9.30 - 10.00**

**IN STORE ACTIVITY PERFORMANCE**, la nuova soluzione di Ipsos con rating tripla A, che consente in modo Appropriato, Agile e Affordable di fornire linee guida per lo sviluppo di strategie shopper in grado di incrementare il ROI.

Per capire gli acquirenti nulla è meglio che osservare il loro comportamento in maniera non intrusiva nel contesto reale in cui avviene l'esperienza d'acquisto. Attraverso l'utilizzo di strumenti tecnologici di misurazione passiva raccogliamo informazioni comportamentali utili alle aziende per prendere decisioni basate su dati solidi ed oggettivi.

In questo primo webinar vedremo come gli insight che ne derivano permettono di comprendere l'efficacia di modifiche di planogrammi /materiali a scaffale, l'aumento del traffico generato dallo spostamento di categorie in nuovi spazi del punto vendita, l'efficacia dei materiali utilizzati, dei secondary display, delle offerte all'avancassa ed aumentare la conversione e la profittabilità delle attività in store.

# CREATIVE|SPARK

## La vostra creatività necessita di una scintilla?

A cura di **Francesca Nardin**

Creative Excellence Leader

Francesca.Nardin@lpsos.com

---

2 ottobre **9.30 - 10.00**

Nel contesto economico attuale, la scelta di marca si fa più attenta, riflessiva e parsimoniosa ed i consumatori ricercano nei brand segnali di fiducia che possano orientare le loro decisioni: in termini di comunicazione diventa quindi fondamentale raccontare i giusti messaggi nel giusto momento.

Disponibilità economiche minori per gli investimenti portano a rivedere non solo i messaggi, ma anche mix di canali, ROI ed efficienza complessiva delle campagne, con il fine ultimo di continuare a garantire la visibilità del brand.

Oggi più che mai la creatività è una leva importante per business e la chiave del successo diventa l'agilità: identificare il giusto messaggio in grado di catturare l'attenzione per la marca e contribuire ai suoi obiettivi di breve e lungo termine, in modo flessibile, rapido, efficiente.

Ipsos presenta in questo webinar **Creative|Spark**, la nuova soluzione che consente ad aziende e agenzie di valutare e ottimizzare creatività video in 24 ore. Creative|Spark, disponibile sulla **Piattaforma Ipsos.Digital**, offre un range di opzioni flessibili per adattarsi ai tempi, al budget e alle esigenze dei nostri clienti.





# THE FORCES OF CUSTOMER EXPERIENCE

## Come rafforzare la relazione con il cliente creando un legame emotivo

A cura di **Federica Aceto**  
CX Leader  
[Federica.Aceto@Ipsos.com](mailto:Federica.Aceto@Ipsos.com)

---

8 ottobre **9.30 - 10.00**

Nel contesto attuale il comportamento dei consumatori si è fortemente modificato, di conseguenza sono mutate anche le aspettative dei clienti rispetto all'esperienza di fruizione di prodotti e servizi.

È quindi importante, ora più che mai, riuscire a cogliere ciò che veramente conta nella relazione con i propri clienti. Le prestazioni funzionali, ad esempio, non sono più sufficienti a garantire interazioni significative e durature nel tempo, in quanto il legame emotivo è sempre più alla base di una solida relazione.

Grazie ad un'intensa attività di R&D condotta negli ultimi 12 mesi, abbiamo costruito un framework per catturare le dimensioni fondamentali che guidano la forza della relazione e l'attaccamento emotivo, dimensioni che hanno una particolare rilevanza nell'attuale situazione di crisi legata al COVID-19.

Durante il webinar descriveremo **The Forces of Customer Experience**, la soluzione Ipsos che aiuta le aziende a rafforzare la relazione con i propri clienti, grazie ad una migliore comprensione dei loro bisogni funzionali e relazionali.

# DIGITAL CONSUMERS EMPATHY

## Come intercettare nuovi comportamenti e trasformarli in branded rituals

A cura di **Giulia Bertini**

UU Leader

Giulia.Bertini@Ipsos.com

13 ottobre 9.30 - 10.00

È indubbio che qualcosa nelle nostre vite si stia 'muovendo'. Il Covid-19 sta impattando in molti modi diversi le nostre vite. Non si tratta soltanto di nuovi comportamenti indotti dalle necessarie restrizioni cui ci dobbiamo adeguare, ma anche di un cambiamento nei vissuti e negli atteggiamenti verso il mondo, le cose, le persone.

Possiamo aspettare e vedere, fra qualche mese, quali nuovi comportamenti avremo acquisito oppure possiamo cercare di essere presenti attivamente nel plasmare, con l'offerta di nuovi prodotti, brands, offerte e servizi, i nuovi paradigmi e i nuovi 'consumption rituals'.

In questo webinar dedicato alla ricerca qualitativa, presenteremo **Digital Consumer Empathy**, uno strumento agile che si prefigge di comprendere cosa stia cambiando e cosa potrà permanere, per poi aiutare ad identificare le possibili branded solutions che rinforzino o facciano leva su questi comportamenti emergenti.





# MYSTERY DIGITAL

## Una soluzione innovativa ed agile per valutare i processi d'acquisto online

A cura di **Paolo Bortoli**  
Channel Performance Leader  
Paolo.Bortoli@ipsos.com

---

21 ottobre **9.30 - 10.00**

L'avvento di ecosistemi omni-canale, l'attenzione alla sicurezza e alla fiducia, la rapida adozione di nuove tecnologie e le crescenti aspettative sulle modalità di ordine e consegna sono i fattori chiave del successo dell'e-commerce.

Gli eventi del 2020 hanno accelerato questa evoluzione, modificando rapidamente i comportamenti dei consumatori di oggi, rendendo la Customer Experience sempre più digitale e ridefinendo l'importanza e l'utilizzo dei diversi touchpoint.

In questo contesto fortemente dinamico i canali digitali sono sempre più strategici per le aziende e poter monitorare le loro performance in modo obiettivo diventa una priorità conoscitiva.

La soluzione di Mystery Digital rappresenta quindi un'appropriata e agile risposta a tale esigenza e nel corso di questo webinar, presenteremo il nostro approccio fornendo utili spunti di riflessione per meglio comprendere la **Digital Shopper Experience**.

# TESTARE L'INNOVAZIONE VELOCEMENTE

## Selezionare e validare idee o concetti in modo affidabile

A cura di **Monica Sala**  
Innovation Leader  
Monica.Sala@Ipsos.com

27 ottobre 9.30 - 10.00

Oggi è necessario essere più veloci e rilevanti che mai. Le crisi in corso hanno determinato enormi cambiamenti nel comportamento dei consumatori e la necessità per le marche di rivedere rapidamente la loro pipeline di innovazione.

Cicli di innovazione più veloci necessitano di strumenti solidi e validati per prevedere correttamente le potenzialità dell'innovazione ed allo stesso tempo offrire alle aziende la flessibilità di attivare una ricerca in qualsiasi momento, con risultati disponibili in poche ore.

In questo webinar parleremo di **Innotest**, la più recente soluzione di Ipsos per testare l'innovazione. Fondato sulla scienza comportamentale, Innotest è stato pensato per riflettere meglio i processi decisionali dei consumatori, sfruttando l'esperienza di quasi 40 anni in campo di innovazione.

In combinazione con la **piattaforma Digital di Ipsos**, Innotest è veloce e anche conveniente, consentendo di lanciare rapidamente sul mercato prodotti che attirino veramente l'attenzione e l'interesse dei consumatori di oggi.





# INSTANT|LABS

## Come identificare nuove piattaforme di comunicazione con Agilità

A cura di **Francesca Nardin**  
Creative Excellence Leader  
Francesca.Nardin@Ipsos.com

**3 novembre 9.30 - 10.00**

Molti CMO stanno ripensando le loro strategie di comunicazione di marca per meglio connettersi con i mutati bisogni dei consumatori: 2 su 3 dichiarano che stanno sviluppando nuove comunicazioni in funzione dello scenario attuale.

In un cambio di direzione che diventa strategico, molti CMO concordano anche sull'importanza di una valutazione solida delle nuove fondamenta di comunicazione - insight, Big idea, creative idea - che massimizzi il successo della creatività nelle fasi successive. Tutto questo in un contesto in cui le scelte devono essere agili, rapide e condivise da tutti gli stakeholder coinvolti.

In questo webinar scopriremo **Instant|labs**, la nuova soluzione di ricerca on-line che consente di valutare early ideas agilmente ed in poche ore, offrendo una comprensione totale dell'opinione dei consumatori ed insight quali-quantitativi su come ottimizzare le strade creative più potenziali.

Un processo flessibile che coinvolge Clienti, Agenzie ed Esperti di Ipsos che collaborano insieme nella lounge room virtuale per trasformare i feedback dei consumatori in azioni immediate di sviluppo creativo.

# LA VALUTAZIONE DI CAMPAGNA

## Applicare le metriche appropriate per massimizzare il ROI degli investimenti

A cura di **Francesca Nardin**  
Creative Excellence Leader  
Francesca.Nardin@Ipsos.com

17 novembre **9.30 - 10.00**

Aumentando i contenuti ed i canali a cui le persone hanno accesso, i brand hanno da un lato maggiori opportunità per raggiungere i consumatori, dall'altro devono gestire una maggiore complessità: un gran numero di metriche da analizzare ed un volume di dati che non sempre si traducono in reale comprensione e conoscenza.

La crisi in atto pone oggi al centro dell'attenzione il ROI e l'efficienza complessiva delle campagne, evidenziando la necessità di affidarsi alle giuste metriche.

In questo webinar presentiamo CREATIVE|IMPACT, uno strumento che offre una misurazione delle campagne multidisciplinare, olistica, che fa leva su metriche appropriate e attivabili con una logica modulare. Grazie a valutazioni rapide della creatività, consente di migliorarne l'efficacia, attraverso un processo di learn & re-apply.

**CREATIVE|IMPACT** coniuga dati provenienti da survey, conversazioni social e insights qualitativi, focalizzando analisi ed outcome sulle quattro aree fondamentali che una campagna deve raggiungere: Positive Creative Reactions, Earned Media, Share Of Mind e Behaviour Change.



# ABOUT IPSOS

In una realtà in rapida e costante evoluzione, la necessità di avere informazioni concrete e affidabili per prendere decisioni consapevoli e in tutta sicurezza non è mai stata così importante. In Ipsos crediamo che i nostri clienti ci chiedano molto di più di semplici dati.

Hanno bisogno di un partner che lavori in team con loro per produrre informazioni accurate, pertinenti e di trasformarle in strategie di business.

Questo è il motivo per cui i nostri curiosi e appassionati esperti mettono al servizio dei nostri clienti tutta la propria esperienza e capacità di ascolto, non solo per fornire le rilevazioni più accurate ma anche per adattare alle specifiche esigenze di aziende e istituzioni, fornendo loro una totale comprensione di mercati, società e persone.

Per far ciò, usiamo un mix unico di competenze professionali, tecnologia e know-how tecnico e applichiamo i principi di sicurezza, semplicità, velocità e concretezza ad ogni cosa che facciamo.

In modo che i nostri clienti possano prendere decisioni più velocemente e in maniera più coraggiosa. In definitiva, alla base del successo vi è una semplice verità:

**You act better when you are sure.**



[www.ipsos.it](http://www.ipsos.it)