

DAILYMEDIA

DATA: 11-10-2018

TIPOLOGIA: Testata Comunicazione

PAGINA: 10

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXVIII 173

giovedì 11 ottobre 2018

p. 10

Eventi Doxa spiega come il Social Media Monitoring sia uno strumento di ricerca prezioso, ma ancora poco diffuso

Doxa, la prima società di ricerche di mercato in Italia, fondata nel 1946, si è sempre posizionata fra le prime aziende nel settore sia in termini di dimensioni che di qualità e affidabilità. Indipendente, ma con un network consolidato a livello internazionale, Doxa ha un'esperienza comprovata, che spazia dai grandi studi di scenario alle analisi della misurazione e analisi delle relazioni delle aziende con i propri clienti, agli approfondimenti quali-quantitativi sui brand, sui prodotti, sulla distribuzione e sulla comunicazione. Il focus è sempre più digitale. 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 Antonio Filoni, Head of Digital Offering di Doxa.

Cosa significa per Doxa partecipare all'Assirm Marketing Research Forum?

Doxa è tra i fondatori di Assirm e da sempre si è dedicata alla crescita e alla valorizzazione di tutto il settore delle Ricerche di Mercato in Italia e nel mondo (attraverso la Gallup International Association e il network WIN). Da quando Assirm ha sviluppato questo eccellente momento di condivisione e networking nel mondo delle ricerche riteniamo molto importante es-

Intervista ad Antonio Filoni, Head of Digital Offering, ospite il 30 ottobre all'Assirm Marketing Research Forum



serci sia come protagonisti sia come spettatori. Il mondo delle ricerche è in continua evoluzione a seguito di cambi epocali come l'avvento del digitale e a nuove e più restrittive forme di tutela della Privacy. Essendo azienda leader in questo settore riteniamo importante offrire anche il nostro contributo a clienti e competitor.

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

Gli investimenti sui canali digitali stanno crescendo in modo molto forte, dalla presenza tramite fonti ufficiali (siti sempre

più evoluti, app, community, pagine sui social etc), all'utilizzo di comunicazione pubblicitaria o di influencer marketing. A fronte di questo, le aziende hanno una gran necessità di ottenere informazioni, avere benchmarking, ottenere insight utili per implementare le proprie strategie in modo efficace ed efficiente. Le tracce digitali che lasciamo dietro di noi sono ormai talmente numerose e articolate, che l'obiettivo della ricerca di marketing non può più essere solo quello di individuarle ma deve diventare, soprattutto, quello di "coltivarle", di farle crescere, di strutturarle e portarle a piena maturazione e utilizzo. Il "pollice verde digitale" di Doxa si esprime nella visione strategica con cui le tecniche di Social Media Monitoring individuano e collegano tra loro, in una logica eutrofica, i comportamenti e le opinioni che ogni soggetto rende pubblici, al fine di costituire una base di sapere solida, ramificata e in grado di dare copiosi frutti conoscitivi. L'intervento illustrerà in modo semplice e concreto come un approccio innovativo alla comprensione e all'utilizzo delle informazioni digitali dia un notevole contributo alla generazione di insight e al miglioramento delle scelte aziendali per far crescere il business.