

DAILY MEDIA

DATA: 13-11-2020

TIPOLOGIA: Testata dedicata al marketing e alla comunicazione

PAGINA: 25

DailyMedia

Aziende Toluna: Platinum Sponsor della settima edizione di Assirm Forum Live, quest'anno in veste interamente digitale

Il leader del digital market research salirà sul palco dell'evento per testimoniare il successo di un approccio agile e presentare Toluna Start

Il 19 novembre si alza il sipario sulla 7ª edizione dell'Assirm Marketing Research Forum Live che quest'anno si propone in una veste interamente digitale. Tra gli ospiti più attesi Toluna, principale piattaforma di consumer insights sul mercato e società madre di Harris Interactive e KuRunData, che in qualità di Platinum Sponsor illustrerà i vantaggi del concetto di agilità applicato alle ricerche di mercato con la testimonianza di Rai Pubblicità e le potenzialità di Toluna Start, la prima piattaforma end-to-end al mondo di consumer insights in tempo reale progettata dal team di innova-

zione dell'azienda, tramite l'esperienza diretta di Heineken. Dalle 10:05 alle 10:20, Marco Barilli, Sales Director di Toluna accoglierà sul palco virtuale dell'evento Enrico Maschio, Responsabile Marketing Strategico di Rai Pubblicità, che sarà protagonista di un keynote speech intitolato "Per rimanere al passo del consumatore la ricerca deve diventare agile". L'incertezza di questi mesi ha lasciato una sicurezza: oggi più che mai è importante investigare il sentiment dei consumatori in tempo reale e in modo continuo per non perdere mai la connessione. I loro feedback sono infatti tanto preziosi quanto la

progettazione della nuova offerta e l'adeguamento delle strategie in tempi rapidi. Nel corso dell'intervento Maschio spiegherà come Rai Pubblicità ha risposto a queste nuove sfide portando in azienda un nuovo modo di condurre le ricerche fondato

sull'approccio agile, affidandosi ad una serie di soluzioni tecnologiche per affrontare lo sviluppo di nuovi servizi. Dalle 11:00 alle 11:25, Cristian Cutrona, Senior Business Development Manager di Toluna, Eliza Frascaro, Digital Research Manager di Toluna, e Grigorij Dellantonio, Insight Manager di Heineken saranno invece i protagonisti del workshop "Democratizzare le ricerche di mercato: il brillante futuro davanti a noi. Caso di studio Heineken". Insieme racconteranno l'esperienza di Heineken con Toluna Start, mostrando come la nuova piattaforma abbia permesso al brand di accedere ad una conoscenza del consumatore sempre aggiornata. Insight in tempo reale che hanno supportato il processo di innovazione e consentito una riduzione significativa del time to insight e di conseguenza del time to market nel lancio dei nuovi prodotti.



Marco Barilli