

SMARKNEWS.IT

DATA: 17-11-2020

TIPOLOGIA: Testata dedicata alla comunicazione e al marketing

LINK: <http://www.smarknews.it/smark/aspettando-lassirm-mrf20-intervista-a-nicola-neri-ceo-ipsos/>

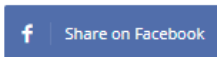


Aspettando l'ASSIRM MRF20: intervista a Nicola Neri, CEO Ipsos

Smart Marketing è felice di essere media partner del Marketing Research Forum Live, l'evento dedicato alle ricerche di mercato e al marketing. L'appuntamento con la speciale edizione digitale è fissato al 19 novembre 2020, dalle 9:00 alle 18:00, sulla piattaforma Liveforum.space.

By **La redazione** - 17 novembre 2020

18 0



Nicola Neri, CEO Ipsos

Ci siamo quasi per il **Marketing Research Forum** organizzato da **Assirm**. L'evento, in programma giovedì 19 novembre dalle 9:00 alle 18:00, completamente gratuito, permetterà ai partecipanti di seguire i principali player del settore, confrontarsi su trend, sfide e opportunità per la crescita delle imprese.

Noi di **Smart Marketing** siamo felici di essere media partner dell'iniziativa e, per l'occasione, riportiamo l'intervista a **Nicola Neri**, CEO **Ipsos**.

Cosa significa per voi partecipare all'Assirm Marketing Research Forum Live 2020?

La partecipazione di Ipsos ha prima di tutto un significato di grande fiducia nella capacità della nostra azienda e di tutta la nostra industry di evolversi e rinnovarsi. Pensiamo che le ricerche di mercato, mai come oggi, possano e debbano giocare un ruolo centrale nell'assistere le imprese ad indirizzare nel modo corretto le proprie decisioni.

Crediamo nel "fare sistema". Partecipare significa avere la possibilità di confrontarsi con colleghi e clienti sui temi di maggiore attualità e rilievo e di rappresentare al mercato degli spender in ricerca le più innovative ed efficaci soluzioni per comprendere meglio e prima le dinamiche di consumo dei propri mercati.

La nostra partecipazione ha infine un significato di utilità pratica. Il MRForum è diventato, soprattutto negli ultimi anni, un importante momento di incontro con i nostri clienti e un'opportunità per entrare in contatto con nuove realtà, che cercano nelle ricerche di mercato un contributo al proprio processo decisionale.

Il 2020 è stato un anno particolare, come si sono adattate le ricerche di mercato al cambiamento? Cosa vi aspettate in termini di business dal nuovo anno?

Il mercato delle ricerche oggi più che mai ha il privilegio di poter osservare da protagonista i cambiamenti che attraversano le nostre società.

Le trasformazioni in atto a causa della pandemia hanno reso ancor più importante per aziende, enti governativi, istituzioni pubbliche, ONG, capire esattamente quello che sta succedendo per prendere con maggiore serenità decisioni difficili.

Non c'è dubbio che tutta l'industria debba continuare a rinnovarsi, a sperimentare, a mettersi in gioco per affrontare insieme ai nostri clienti le sfide informative che abbiamo di fronte.

Il tutto però senza compromettere su fattori basilari del nostro lavoro: il rigore del metodo, l'accuratezza del dato, il valore del pensiero. Ingredienti senza i quali i numeri rischiano di perdere solidità e utilità.

Se sapremo fare questo, potremo certamente ambire ad essere ancor più ingranaggio centrale dei processi decisionali.

Quali saranno le novità, oppure il prodotto o il servizio, che presenterete al Forum tramite lo stand digitale?

In questo momento di forte incertezza legata all'emergenza Covid-19, Ipsos si impegna più che mai a fornire i giusti e accurati insight di ricerca per aiutare i propri clienti ad orientarsi con fiducia e a comprendere al meglio i molteplici segnali e nuove dinamiche in gioco.

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 sviluppato delle nuove soluzioni e metodologia di ricerca che abbiamo chiamato "Triple A Solutions: Appropriate. Agile. Affordable". In pratica, sono una gamma di soluzioni innovative e flessibili adatte ai tempi, al budget e alle esigenze dei nostri clienti che avremo il piacere di presentare all' Assirm MRF 2020.