



ASSOCIAZIONE
PER GLI STUDI
AZIENDALI E
MANAGERIALI

Università Cattolica
del Sacro Cuore

ASAM
Università Cattolica
presenta

INNOVATION MARKETING LAB





ASAM - Università Cattolica

presenta il laboratorio di innovazione sul Marketing
Innovation Marketing Lab
che dedicherà l'attività del 2010 al tema di

COME PRESERVARE E VALORIZZARE LA BASE CLIENTI

- Nell'attuale clima di nomadismo del consumatore, cosa significa oggi fedeltà del cliente?
- In un periodo nel quale le aziende tagliano i budget, come riesce il marketing a mantenere e sviluppare il legame con il cliente?



PROGRAMMA

Tre incontri per confrontarsi
operativamente su tematiche specifiche:

Mercoledì 31 Marzo 2010 ore 17.30

Con un cliente diventato più consapevole e imprevedibile, è cambiato il concetto di customer life value? E' cambiata l'efficacia delle leve del Marketing? Quali sono i nuovi KPI?

presso BCD Travel - Viale Sarca, 336 Milano

Maggio 2010

Nel passaggio dalla fedeltà alla marca all'engagement, come agire su prodotto e customer experience per mantenere il cliente fedele?

Location da definire

Settembre 2010

Come mantenere e valorizzare la base clienti nelle aziende B2B

Location da definire



Il laboratorio di innovazione sul Marketing intende, fin dalla sua creazione nel 2007, **analizza le tendenze del marketing**, studiandone le linee evolutive e **le prospettive strategiche**. Per fare questo si focalizza sullo **studio dei modelli di marketing d'avanguardia**, al fine di **mappare i loro utilizzi all'interno delle aziende e valutare soluzioni concrete per il business**.

Ogni incontro del 2010 è articolato come un workshop in 3 fasi:

- l'inquadramento del tema da parte del **Prof. Renato Fiocca**, *docente di Marketing dell'Università Cattolica*, che fornisce il contributo metodologico e presenta le teorie e gli esempi più discussi a livello internazionale
- **presentazione** veloce da parte dei **manager** di azioni messe in atto e risultati ottenuti nelle proprie aziende
- **confronto tra accademici e manager**, per sintetizzare le soluzioni concrete più interessanti

I temi trattati potranno essere oggetto di una pubblicazione o di un corso ad hoc di approfondimento, su proposta delle aziende partecipanti.



AMPLIFON
ARTSANA S.P.A
ASSOLOMBARDA
AUCHAN
AVON COSMETICS
BARILLA
BAKEMARK
BCD TRAVEL
BRANCA INTERNATIONAL S.P.A
BSI SA
CARREFOUR
CISCO SYSTEM
CREDEM
DEAGOSTINI
DEUTSCHE BANK S.P.A
DIESEL ITALIA S.P.A
EGON ZENDER INTERNATIONAL
ESSELUNGA

FIERAMILANO
HEINEKEN ITALIA S.P.A
IBM ITALIA S.P.A
KPMG S.P.A
LABORATOIRES BOIRON
LUXOTTICA
LVMH GROUP
MAPLE BANK
MEDIALAB S.R.L
NESTLE' ITALIANA S.P.A.
NOKIA ITALIA S.P.A.
PERNIGOTTI S.P.A
PRICEWATERHOUSECOOPERS
ADVISORY
UBI BANCA
ZUCCHETTI S.P.A
3M ITALIA

Team di coordinamento del laboratorio di innovazione sul Marketing:

- Presidente: Antonio GRIOLI
- Chief Innovation Officer: Silvia PUGI
- Innovation Officer: Tiziana SANZONE
- Contributo accademico: Prof. Renato FIOCCA