

MARCA E STRATEGIE DI LOYALTY

Venerdì 26 ottobre 2012

Programma

9.00 – 9.30 Registrazione dei partecipanti

9.30 La socializzazione degli acquisti: una nuova leva per lo sviluppo della brand loyalty

Risultati della Ricerca condotta da G. Lugli - Università di Parma e M. Mion, Responsabile Marketing Migross - Gruppo Interdis

10.00 Combining Technology and Purchase Behavior to Build Brand Loyalty

S. Glass, Senior Vice President Brand Development - Catalina Marketing US

10.30 Il Futuro della Brand Loyalty

Risultati della Ricerca Annuale dell'Osservatorio Fedeltà, C. Ziliani - Università di Parma

11.00 Il Social CRM nella pratica: una nuova esperienza di loyalty

O. Ambroso, CEO - AmmiroY2K

11.30 – 12.00 Coffee break

12.00 Licensing: leva di marketing per creare fedeltà di marca

E. Schiavoni, Managing Director - Victoria Licensing & Marketing/Mattel Italia e P. Lucci, Direttore Brand Jam

12.30 La loyalty come cuore della Brand Strategy

J. Schwoerer, Brand Development & Innovation Director Mulino Bianco – Barilla

13.00 Come commitment, loyalty e fattori di mercato incidono sulla crescita del brand: risultati di una ricerca internazionale TNS

C. Colombo, Customer Insight Director - TNS Italia

Università di Parma, Auditorium Polifunzionale del Campus universitario
Parco Area delle Scienze 59/B - Parma

Iscrizioni online dal 24 settembre su www.osservatoriofedelta.it