



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

Convegno
IL FUTURO DEL MICROMARKETING
IX EDIZIONE

Il loyalty marketing nella GDO
Dieci anni di strategie in Italia e in Europa

Venerdì, 23 ottobre 2009

Aula A "Parco Ducale"
Facoltà di Economia - PARMA

programma

9.00	registrazione dei partecipanti
9.30	VALORIZZARE LA CONOSCENZA PER USCIRE DALLA CRISI Gianpiero Lugli , <i>Università di Parma</i>
10.00	RISULTATI DELLA RICERCA 2009 DELL'OSSERVATORIO CARTE FEDELITÀ SU "GLI SCENARI DELLA FIDELIZZAZIONE IN ITALIA: INDAGINE SUGLI ORIENTAMENTI DELLA GDO" Cristina Ziliani e Silvia Bellini , <i>Università di Parma</i>
11.00	LA MATURITÀ DEL LOYALTY MARKETING: LE STRATEGIE DEI PRINCIPALI PLAYERS DEL REGNO UNITO TRA CRISI E CONCORRENZA Jonathan Reynolds , <i>Oxford University</i>
11.30	APPLICAZIONI DELL'ANALISI DEI DATI LOYALTY: LA GESTIONE DI PROMOZIONI E OUT OF STOCK Susi Tondini , <i>CREA</i>
12.00	L'USO DEI DATI LOYALTY NEI DIVERSI PAESI: UNA PROSPETTIVA INTERNAZIONALE Giles Pavey , <i>Dunnhumby</i>
12.30	colazione di lavoro
14.00	CASI ECCELLENTI DI MICROMARKETING
15.00	PROGRAMMI FEDELITÀ E DATABASE CLIENTI TRA TUTELA DELLA PRIVACY E RISCHI INFORMATICI: LA PAROLA AGLI ESPERTI introduce il Prof. Stefano Poli , <i>Università di Parma</i> M. A. Antonio D'Onofrio , <i>Guardia di Finanza</i> Cons. Giuseppe Staglianò , <i>Autorità Garante della Privacy</i> <i>Discussione con la sala</i>
16.00	chiusura dei lavori

brandloyalty

ictteam
group

Promotion
prodotti • servizi • retail marketing magazine