

## MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE E ISCRIZIONE ONLINE

La partecipazione al convegno è gratuita.  
I posti sono limitati: per partecipare, è necessario realizzare l'**iscrizione online** - entro e non oltre il 23 ottobre - all'indirizzo:

<http://lid.unipr.it/micromarketing2006>

oppure su:

[www.crmaward.it](http://www.crmaward.it)

[www.partnership4loyalty.com](http://www.partnership4loyalty.com)

Il sistema invierà in automatico un avviso di conferma dell'avvenuta iscrizione.

In alternativa, è possibile iscriversi inviando la scheda sottostante via fax allo 0521-032008.

COGNOME

NOME

POSIZIONE RICOPERTA

AZIENDA

VIA e N° civico

CITTÀ e C.A.P.

TELEFONO

FAX

E-MAIL (necessario)

## NUOVA SEDE DEL CONVEGNO

Quest'anno la sede del Convegno è cambiata, anche se di poche centinaia di metri!

Il Convegno si svolgerà presso l'Aula B "al Parco" della Facoltà di Economia, all'interno dello splendido Parco Ducale, ingresso da Viale A. Pasini, 17. Il Parco Ducale può essere raggiunto a piedi, in taxi o con l'autobus n°18 dalla Stazione Ferroviaria (Fermata Viale Piacenza - Scuola Bodoni), oppure in auto (Autostrada A1 uscita Parma, direzione Centro): è possibile parcheggiare in viale Pasini stesso, in Via Kennedy o in Viale Piacenza.

Le aule si raggiungono in pochi minuti entrando a piedi nel parco.

**Indicazioni stradali dettagliate su:**

<http://lid.unipr.it/micromarketing2006>

## INFORMAZIONI

Dott.ssa Chiara D'Onofrio

e-mail: [chiara.donofrio@nemo.unipr.it](mailto:chiara.donofrio@nemo.unipr.it)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA  
Dipartimento di Economia



VI Edizione del Convegno

# IL FUTURO del MICROMARKETING

Creare fedeltà  
attraverso la partnership

e II Edizione

# CRM AWARD



27 ottobre 2006  
Aula B "Parco Ducale"  
della Facoltà di Economia  
PARMA



## CREARE FEDELTA' ATTRAVERSO LA PARTNERSHIP

Dalla prima edizione del 1999 ad oggi il Convegno "Micromarketing" ha richiamato a Parma, sempre più numerosi, managers ed esperti del mondo dell'Industria e della Distribuzione.

Con la guida della ricerca accademica e con le testimonianze di aziende eccellenti, si è incominciato a discutere, sei anni fa, del fenomeno - allora emergente - della fidelizzazione della clientela. Negli anni, i temi del convegno hanno contrassegnato i grandi cambiamenti del panorama del marketing basato sulle informazioni e sulle nuove tecnologie: programmi fedeltà, efficacia del micromarketing, promozioni innovative, nuovi media, database marketing, data mining e CRM.

La VI edizione del Convegno sarà l'occasione per:

- rimettere in discussione le certezze del mondo della fidelizzazione, sfatando alcuni "miti" relativi alla fedeltà e al valore dei clienti fedeli;
- discutere l'efficacia delle attività di fidelizzazione svolte in partnership con altre imprese (coalizioni);
- fare il punto sull'impiego dei cataloghi premi nelle strategie di marketing delle imprese e sulla sensibilità dei consumatori a questi strumenti, presentando i risultati della recente ricerca realizzata dall'Osservatorio Carte Fedeltà dell'Università di Parma;
- conoscere, attraverso una testimonianza internazionale, il caso di Payback, il maggiore programma fedeltà di tipo "coalizione" d'Europa.

## I DESTINATARI

Il seminario si rivolge al management (marketing managers, loyalty managers, responsabili CRM, responsabili dei sistemi informativi, trade marketing managers) delle imprese che operano nei settori del largo consumo e, in generale, a tutti coloro che investono o offrono servizi nel campo dei progetti, delle tecnologie e dei media per il micromarketing e vogliono conoscere l'impatto per il business del nuovo orientamento di marketing dei propri clienti e concorrenti.

## I CONTENUTI

Ore 9 - 9,30  
Registrazione dei partecipanti

Ore 9,30  
Saluto del Preside della Facoltà

Ore 9,45  
**Partnership e coalizioni per creare valore**  
(Gianpiero Lugli, Università di Parma)

Ore 10,15  
**Le promozioni fedeltà in Italia: efficacia dei cataloghi e orientamenti strategici**  
(Cristina Ziliani e Chiara D'Onofrio, Università di Parma)

Ore 10,45  
**I "miti" della fedeltà**  
(Nicola Aufiero, IPSOS-Explorer)

Ore 11,30  
**Il maggiore programma fedeltà d'Europa: il caso Payback in Germania**  
(Alexander Rittweger - Loyalty Partner GmbH)

Ore 12,30  
**Discussione con la sala**  
(coordina il Prof. Gianpiero Lugli, Università di Parma)

Ore 13,00  
Pausa pranzo

Ore 14,30  
**CRM Award - Presentazione della II edizione**  
(Giorgio Santambrogio, ECR Europe - Interdis)

Ore 14,45  
**I casi finalisti**  
- A.C. Milan  
- Barilla - Interdis  
- Martini & Rossi - Nordiconad  
- Nestlé Orzoro - Catalina Marketing Italia

Ore 16,15  
**Votazione e proclamazione del vincitore del CRM award**  
(Gianpiero Lugli e Giorgio Santambrogio)

Ore 16,30  
**Chiusura dei lavori e lancio della III edizione CRM award**

## II EDIZIONE DEL CRM AWARD

Forte del successo della prima edizione, anche quest'anno il pomeriggio del Convegno sarà dedicato alla presentazione dei casi eccellenti di creazione di valore con le informazioni di cliente.

Si tratta delle aziende finaliste della II edizione del CRM Award, lanciato dalla **Università di Parma** e da **Seri System**, e dedicato a riconoscere l'azienda italiana che meglio ha saputo investire nella conoscenza della propria clientela, segmentandola, individuando i target più opportuni e sviluppando un'azione di marketing mirato/CRM di successo.

Sarà il pubblico presente in sala a votare, grazie al supporto tecnologico di **BuongiornoVitaminic**, per scegliere il vincitore, che riceverà la pergamena dell'Università. Conosceremo anche le modalità per partecipare alla III edizione.