

MediaKey.tv
30 Settembre 2014
Sito Web
Visitatori unici mese: 15.360
Pagine visualizzate mese: 30.720

mediakey **.tv**

30 settembre 2014

AISM fa il punto sulla necessità di human satisfaction per un nuovo rapporto tra impresa e "consumatore", in un mondo che cambia

Categoria: Sponsorship, Eventi e Award



AISM, Associazione Italiana Marketing, L'Associazione che si impegna, da 60 anni, a promuovere in Italia senza scopo di lucro la diffusione della cultura del Marketing e la qualificazione professionale dei suoi Associati, secondo i parametri etici dell'UE, ha organizzato il convegno "Creazione del valore d'impresa & human satisfaction" previsto per il prossimo 20 ottobre 2014 a Milano.

Il convegno, realizzato con PLEF Planet life economy foundation, nella sede di Confcommercio a Milano, si pone l'obiettivo di capire come le imprese possano continuare a generare valore nell'era della globalizzazione e di come avviare un circolo virtuoso di ripresa economica. La chiave di lettura e di riflessione si trova nel rapporto tra impresa e "persona", considerando obsoleto e spesso dannoso il modello "consumatore" generato dall'economia razionalistica.

L'impresa è chiamata a rivedere i propri obiettivi strategici, ma soprattutto a considerare la persona-cliente, non come un dato puramente economico, bensì in un'ottica antropologica, con esigenze di human satisfaction non solo razionali, ma anche emozionali ed etiche, per evolvere la customer satisfaction. Il convegno sarà anche l'occasione per fornire testimonianze concrete da parte di alcune imprese che condividono questa "vision", orientata ad un nuovo umanesimo per il profitto considerato quale "premio" per la soddisfazione delle necessità delle persone.

Interverranno al convegno il Professor Franco Giacomazzi del Politecnico di Milano e Consigliere Scientifico di AISM, il Professor Stefano Zamagni ordinario di Economia Politica dell'Università di Bologna, Marzio Bonferroni, marketing communication consultant, che parlerà della Human Satisfaction quale visione e metodo, oltre a Paolo Anselmi Vice presidente di GFK Eurisko, con un'analisi sui nuovi bisogni e i nuovi valori nei paradigmi del consumo, Paolo Ricotti, fondatore PLEF, Laura Napolitano, psicologa.

Tra le imprese che porteranno la propria testimonianza vi saranno Guna, 3M e Allianz Global Assistance.

Al termine, una tavola rotonda moderata da Maria Luisa Pezzali di Radio 24.

Il Convegno sarà aperto a imprenditori, operatori del settore Marketing, Soci AISM, imprese e anche al pubblico. La partecipazione è gratuita previa registrazione alla segreteria AISM info@aism.org.