



CERCA

CERCA IN: NEWS TUTTE LE SEZIONI

MENU

ALTRE CATEGORIE



News



Tutto pronto per la presentazione del Forecast 2018-19



Le tendenze sono, per chi opera nel mercato globale, opportunità di posizionamento differenziale, drivers di innovazione, raccolta di nuovi insight e ispirazione per

interventi di mercato performanti.

Il rapporto di ricerca di Trend monitor, annualmente redatto da baba - Istituto di ricerca di mercato e analisi di scenario - interviene nella consulenza e nella ricerca forte di questa idea di tendenza, con un modello di monitoraggio quali-quantitativo unico: collection dei segnali, analisi e mappatura semiotica delle tendenze, identificazione dei target di comunicazione e loro mirroring nei Big Data.

Il Forecast 2018-19 – che verrà presentato a Milano l'8 febbraio 2018, alle 17 presso l'Accenture Customer Innovation Center (ACIN) di Milano, piazza Gae Aulenti 8 – focalizza il concept #The now age come il tema centrale intorno al quale ruota la proiezione anticipatoria di baba: 12 tendenze chiave, cross-country e cross-category. In una società e in un mercato globali in cui la trasformazione digitale ha reso la variabile spaziale

relativamente indifferente, il tempo si conferma il grande criterio di discriminare e segmentazione. Né passato né futuro, bensì un presente che orienta 4 scenari alternativi dell'anticipazione: INERTIA, IMPULSE, INFINITY, INCIDENCE.

Il forecast sarà introdotto dal presidente di baba Giulia Ceriani e avrà come discussant Alessandro Diana (Accenture Interactive lead per Italia, Centro Europa e Grecia) e Elena Aniello (Accenture marketing lead Italia). Verrà presentata un'analisi dei turning points del contesto evolutivo, unitamente alla mappatura delle macrotendenze internazionali, a una focalizzazione per industry, e alla definizione dei target avanzati.

La valenza strategica dell'analisi delle tendenze effettuata grazie a Trend monitor® consente di individuare in anticipo e in modo immediatamente actionable, all'interfaccia con le diverse tipologie di ricerca ad hoc, concetti di prodotto e di comunicazione, così come target emergenti, al fine di guidare un brand nella costruzione, nella ridefinizione, nell'aggiornamento della propria identità.

Trend monitor® procede attraverso un approccio cross-method: osservazione continuativa e internazionale dei segnali di tendenza per 12 paesi "focolaio" (Italia, Francia, UK, Germania, Spagna, Turchia, Brasile, USA, Giappone, India, Cina, Russia) + analisi semiotica degli stessi segnali+ screening dei comportamenti in rete. Lo studio si concentra su 9 industries (food, beverage, mobility, body, fashion, retail, hi-tech, comunicazione, home) per una definizione mirata degli obiettivi di mercato.

Il rapporto di ricerca è acquistabile in 3 diversi format per consentire di acquisire il capitale di indagine secondo le singole esigenze: main (main trends 12 paesi+ 9 industries); mini (estratto main trends + max 4 paesi e 4 industries); ad hoc (declinazione dei trend sulle problematiche dell'azienda cliente + field customizzato), per una massima fruibilità e garanzia di lettura anche singolare dei risultati.

Per info: baba@babaconsulting.com

24 Gennaio 2018



Ti potrebbero interessare anche

Nec celebra i risultati dei propri partner a display trends forum 2017/18
| D...

Gruppo calzedonia investe e batte la crisi | Distribuzione Moderna

Checkpoint fa il punto sul mercato dei sistemi di sicurezza |
Distribuzione Mo...

Cereali per la prima colazione: un mercato stabile e competitivo |
Distribuzio...

Daniela avignolo nuovo direttore hr di ca technologies italia | Distrib...

Crossconnect access point | Distribuzione Moderna

ads by

Articoli Correlati

A Fruit Logistica il nuovo Leni's Mela & Rabarbaro

Le novità di Vog Products in anteprima dal 7 al 9 febbraio a Berlino.



Euro Company rinnova logo e sito

L'obiettivo è rendere maggiormente visibili i valori e il cambiamento dell'azienda.

Valdo acquisisce una quota della cantina I Magredi

L'obiettivo è allargare la produzione di Prosecco in Friuli.



Il nuovo Gourmet Gold Cuore Morbido

Ingredienti selezionati e gusto ricercato per la novità firmata Purina.

Bricofer Italia sigla partnership con Adamante

Cinque nuovi punti vendita in Calabria entrano a far parte della rete Bricofer.



DAL 1 FEBBRAIO AL 3 MARZO 2018

Grande Concorso

IN'ITALIA DA VINCERE

Fai una spesa minima di **20 euro** e acquisti almeno **un prodotto sponsor**. Conserva lo scontrino, vai su **vinciconcrai.it** segui le istruzioni e **puoi vincere subito**

Crai lancia il concorso “Un’Italia da vincere”

Per i clienti in palio una Fiat 500 Easypower e tanti weekend in castelli e dimore prestigiose.



Luca Palermo è il nuovo ad di Edenred Italia

Il manager guiderà la filiale italiana del leader mondiale nelle soluzioni transazionali destinate a imprese, dipendenti e merchant.



SPOT NEWS

Beretta presenta le novità SALAMINI 2018



Nuova veste e sapori accattivanti che sorprenderanno anche i palati più raffinati.

[Leggi Tutto >](#)

Le Videonotizie di DM



Selex: la MDD pilastro della strategia aziendale



Mario Gasbarrino: vi spiego il ruolo centrale del marchio del distributore

La Notizia del Giorno

Eataly apre nel centro di Stoccolma: 2 piani e 3000 mq



[Leggi Tutto >](#)



[Utilink](#)





Testata giornalistica quotidiana registrata al Tribunale di Milano
(n° 52 del 30/1/2007) - Copyright © 2017 Edizioni DM Srl
Via Sacchini, 3 - 20131 Milano - P. IVA 08954140961

Tutti i diritti riservati



Vuoi essere sempre aggiornato?



**ISCRIVITI
ALLA NEWSLETTER**

- [Chi Siamo](#)
- [Abbonamenti](#)
- [Pubblicità](#)
- [Links](#)
- [Credits](#)
- [Privacy](#)
- [Disclaimer](#)
- [Contatti](#)
- [Newsletter](#)
- [Privacy Policy and Cookies](#)

