

# DALLA CONOSCENZA ALLE IDEE

## Destinatari

### A chi ci rivolgiamo?

Soggetti pubblici e privati che quotidianamente necessitano di dati per decidere e operare, mantenere competitività, proporre un sistema di offerta, dialogare con il proprio target in maniera proattiva, agire sulla brand reputation, nutrire in maniera proficua le relazioni.

Sylla si rivolge a:

Enti territoriali, istituzioni, aziende, organizzazioni semplici e complesse.

## Data

Sorgente e base per ogni processo decisionale, a supporto dell'innovazione e del cambiamento.

### Question mark - reason why / Cosa vogliamo conoscere?

Supportiamo e progettiamo percorsi di crescita aderenti alle diverse esigenze.

## Audit & progettazione

Operiamo come un catalizzatore intelligente di informazioni, capace di affiancare i decision makers nella comprensione degli obiettivi, nella progettazione dei metodi di analisi e nella valutazione dei risultati.

## Marketing strategy & action research

### Decision making / Target / Posizionamento / Information discovery

Promuoviamo, all'interno di contesti istituzionali e aziendali, un utilizzo nuovo della ricerca e della marketing intelligence, trasformando le informazioni in conoscenza indispensabile per strategie e decisioni consapevoli, condivise ed efficaci.

## Education

- Insight > competitive insight, market insight, consumer insight
- Data driven innovation
- Learning organization

Gli output della ricerca diventano fonti di apprendimento e generatori di contenuti.

## Tag & contenuto

- Customer Journey
- Business development
- Market needs
- Lifetime value management

Portiamo il valore della conoscenza dentro la tua strategia.

## Data visualization

### I dati, le storie: la comunicazione della ricerca

- infografiche • storytelling dei dati • narrazioni

I risultati sono molto più concreti e fruibili: oltre a fornire informazioni diventano strumento di comunicazione per condividere e raccontarsi in contesti multicanale.

## Issues

### I temi della ricerca

- Brand > brand awareness, brand image & corporate image
- Customer > experience, loyalty, satisfaction, engagement
- Society > ricerche di base, studi longitudinali e trasversali, indagini di clima, ricerche motivazionali, marketing politico, citizen satisfaction, job satisfaction
- Competitors > competitive intelligence, brand positioning

## Data collection

### Le fonti per acquisire dati

- Big Data
- Smart Data
- Small Data
- Data Warehouse
- Data Mining
- CRM & database

## Analytics

### Elaborazione, misurazione e apprendimento

- Data modeling
- Simulation modeling
- Digital analytics
- Dashboarding

## Toolkit

### Gli strumenti e i metodi

- Survey
- Content analysis
- Meta-analysis
- Qualitative research
- Visual research
- Mixed methods

## Analysis

### L'interpretazione del dato

- Descrittiva
- Esplicativa
- Valutativa
- Predittiva

## Comunicazione

### Who/ What / When / Where / Why

Una comunicazione pensata e indagata richiede delle risposte di marketing strutturate.

- Identity & relationship
- Image & design

La ricerca è un driver di progettazione, per innescare un processo bidirezionale:

ascoltare e comunicare <-> comunicare e ascoltare

## Cluster

Classificare, profilare e mappare i target secondo:

- opinioni, atteggiamenti, motivazioni
- comportamenti e propensioni
- stili di vita
- trend
- valori

## Audience

### Dove ci relazioniamo?

Ambienti, spazi e non-luoghi, tribù, think tank, community, web & social media