

LA BASE DELLE ESPERIENZE

La conduzione dell'incontro sarà svolta da Senior Advisors internazionali con esperienze specifiche nella valutazione e nel management degli asset marketing-related, nonché nella progettazione e nella conduzione di programmi di sviluppo manageriali.

Tra i principali interventi condotti è possibile citare:

- L'introduzione di *Customer Portfolio Management Practice* e la valutazione di *Net Present Life Time Value*;
- Il primo multiclient workshop e ricerca di *Customer Value Management* in Italia (1997);
- Il disegno e il roll-out di processi di *Total Customer Management*;
- Lo sviluppo di programmi di posizionamento e valorizzazione della *brand equity* a livello europeo;
- Valutazioni di *brand* finalizzate ad operazioni finanziarie nel settore *consumer goods e apparel*;
- La valutazione delle strategie di comunicazione degli asset intangibili nelle *aziende small-cap*.

ICM Advisors è una società internazionale indipendente di advisory e ricerca economico-finanziaria, specializzata nella valutazione, nel management e nel financing degli asset intangibili e della proprietà intellettuale d'impresa. Il portafoglio di esperienze degli advisors comprende significativi progetti sia a livello di singolo asset intangibile (brand, portafoglio clienti, know-how, capitale umano, applicazioni ICT, proprietà intellettuale) che a livello di entità business e funzione aziendale. Esperienze specifiche sono state sviluppate in settori industriali quali: manifatturiero, high-tech, servizi bancario-finanziari, automotive, telecomunicazioni, consumer goods e servizi professionali. Il modello operativo dell'azienda integra le esperienze specifiche degli advisors e di esperti settoriali con un'unità specializzata in Intangible Equity Research.

Per confermare la partecipazione:

Via e-mail: federica.brotto@icmadvisors.com

Via Tel: 011 5069844

Via Fax: 011 4406630

ICM Advisors

Via Monte di Pietà, 1
20121 Milano Italy

Phone Number: +39 02 86337602

Fax Number: +39 02 86337400

Via Prati, 1
10121 Torino - Italy
Phone Number: +39 011 5069844
Fax Number: +39 011 4406630

18, Avenue Louis Casal
1209 Geneva - Switzerland
Phone Number: +41 22 747 7832
Fax Number: +41 22 747 7999

email: info@icmadvisors.biz

web site: www.icmadvisors.com

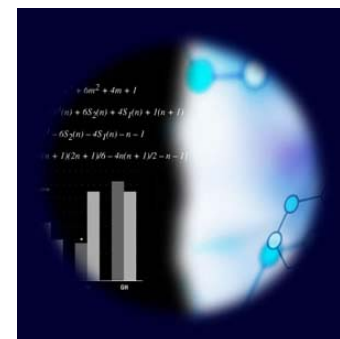
Leverage the intangible assets

Curriculum di Formazione Manageriale sugli Asset Intangibili

Il brand e la valutazione dei marketing-related asset

Management Seminar

Milano, 15 Marzo 2005



IL TEMA DELL'INCONTRO

Gli asset intangibili di marketing (brand, relazioni con i clienti e con i canali) rappresentano sovente gran parte del valore di un'impresa e sono **i driver strategici per lo sviluppo** della stessa.

Dall'evoluzione dei mercati, dalla massa degli investimenti e dalla pratica aziendale e professionale emerge l'orientamento sempre più marcato del marketing alla creazione di valore sostenibile attraverso lo sviluppo ed il management degli *asset* che esso presidia. In particolare, l'importanza del *brand* sta aumentando notevolmente. In un contesto caratterizzato da proliferazione dell'offerta, crescita dell'affollamento pubblicitario e *information overkill*, il ruolo del *brand*, come sintesi di tutte le associazioni emozionali e razionali che costituiscono l'identità della marca, diventa, infatti, determinante per offrire un orientamento ai clienti.

Nonostante lo sviluppo di practice, metodologie e basi informative di varia natura, **la valutazione economica di questi asset rimane ancora un'attività complessa**. In passato, uno dei problemi della *brand valuation* è stato il fatto che questa practice si fosse sviluppata a partire dalla *financial valuation* e, quindi, fosse stata praticata con un approccio prevalentemente tecnico-finanziario e con una scarsa attenzione alla comprensione del ruolo del brand dal punto di vista del valore per il cliente, del mercato e dei canali, all'interno di un contesto competitivo.

La sempre maggiore intensità competitiva su scala globale, l'innovazione dei processi di marketing e di customer management, oltre all'innovazione tecnologica dei prodotti-servizi e dei canali di distribuzione, hanno portato, negli ultimi anni, ad un considerevole sviluppo dei metodi e degli strumenti di valutazione.

OBIETTIVO: I principali obiettivi dell'incontro vertono sul processo, sull'ampiezza, sulla profondità di analisi e sui punti di attenzione della qualificazione, valutazione e management degli asset marketing-related.

DESTINATARI: Il presente management seminar è stato progettato principalmente per le seguenti aree aziendali: direzione marketing, direzione commerciale, direzione finanza e pianificazione e controllo

PROGRAMMA

Milano, 15 marzo 2005 - ore 9.30-17.30

Contenuti

- **Quadro di riferimento e benchmarking**
 - Individuazione delle principali tipologie di marketing-based asset
 - Qualificazione degli asset (brand, customer, channel)
 - Casi studio settoriali e aziendali

- **Valutazione strategico-economica**
 - Valutazione degli intangibili a livello business
 - Metodi di valutazione a livello dei marketing-related asset
 - Rating degli asset
 - Casi di valutazione (budget spese/investimenti di marketing, sale-lease back di marchi, transazioni M&A, goodwill impairment, trademark licensing)

- **Processi di asset management**
 - Management control degli asset di marketing
 - Qualità dei processi di brand management e relationship management
 - Opportunità e strategie di leverage e capital allocation
 - Analisi dei rischi del brand (reputazione, strutturali, operativi)
 - La comunicazione finanziaria degli asset di intangibili (politiche di disclosure)
 - Benchmarking di settore

Sede dell'incontro

Milano – Via Monte di Pietà, 21
tel. +39 02 86337602 fax. +39 02 86337400