



TAVOLA ROTONDA

Partecipano:

- **Aldo Agostinelli**, Digital & Web Director – **SKY**
- **Andrea Facchini**, Chief Marketing Officer – **AMPLIFON**
- **Demetrio Migliorati**, Enterprise Digital Organisation – **BANCA MEDIOLANUM**
- **Vincenzo Russi**, Chief Digital Officer – **MESSAGGERIE ITALIANE**
- **...e il pubblico in sala!**

Dai il tuo contributo compilando
il breve questionario online:

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>



I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



STRATEGY



CUSTOMER EXPERIENCE

Alla ricerca del marketing perfetto

SVILUPPO
& ORGANIZZAZIONE

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro



Aldo Agostinelli Digital & Web Director – **SKY**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



CUSTOMER EXPERIENCE
Alla ricerca del marketing perfetto

SVILUPPO
& ORGANIZZAZIONE

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro



TAVOLA ROTONDA

Andrea Facchini Chief Marketing Officer **AMPLIFON**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



TAVOLA ROTONDA

Demetrio Migliorati

Enterprise Digital Organisation

BANCA MEDIOLANUM

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda

Digital Organization

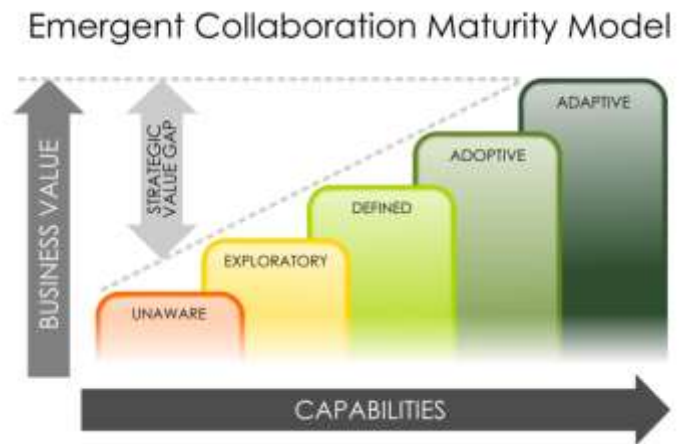
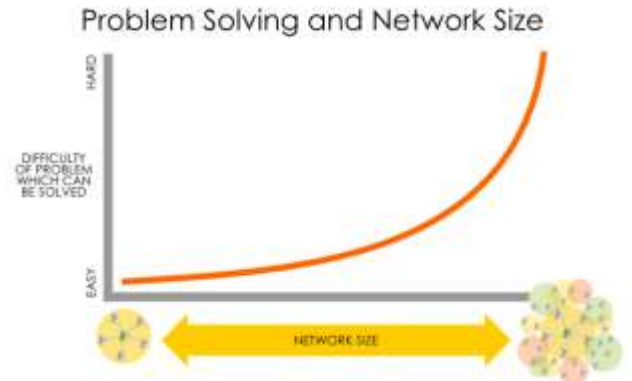




TAVOLA ROTONDA

Vincenzo Russi Chief Digital Officer **MESSAGGERIE ITALIANE**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda

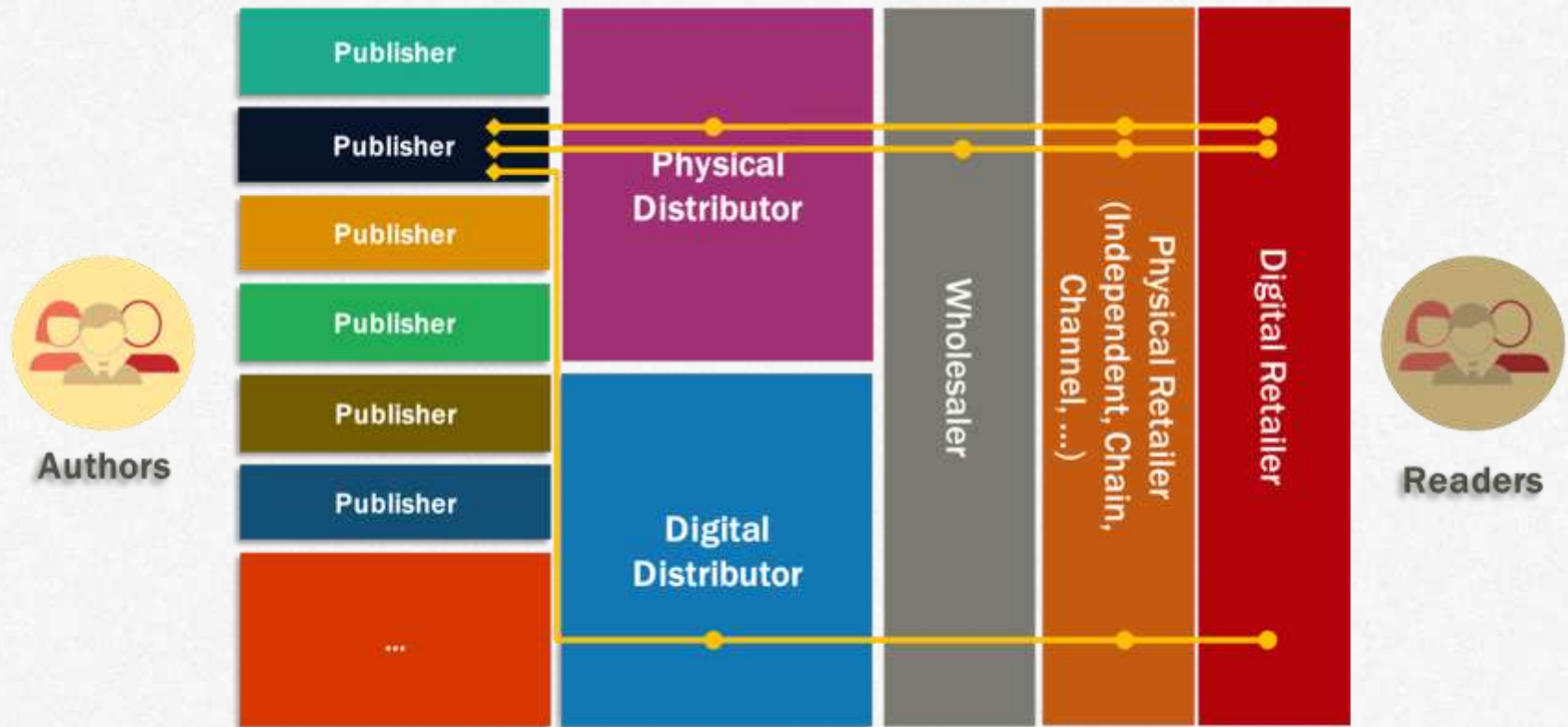


Strategie

Intervento di Vincenzo Russi alla tavola rotonda

Per un'esperienza indimenticabile: dall'ideazione del prodotto al suo consumo

Publishing Value Chain



Containers of Content

paper	ePaper	web	Smart phone	tablet	Smart TV – Social TV
					
reliable	always available	updated social service oriented	instantaneous short localized	interactive	rich

Digital Continuity



Digital Ecosystem

- + Social networks and communities systems
- + Relations, contacts and campaigns management
- + Search, visualization and identification systems
- + Digital devices exploitation
- + Digital commerce
- + Data analysis on big data
- + Localization management
- + Innovative usage of physical presence
- + Logistic and resulting distribution systems
- + Advertising models
- + Content management
- + Development and as-a-service adoption of technology



Messaggerie Italiane Organization

2013 Group Turnover Euro 472 mln

PUBLISHING

DISTRIBUTION

RETAIL





DIGITAL TRANSFORMATION



CUSTOMER EXPERIENCE

Alla ricerca del marketing perfetto

SVILUPPO
& ORGANIZZAZIONE

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro



Aldo Agostinelli Digital & Web Director – **SKY**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



TAVOLA ROTONDA

Andrea Facchini Chief Marketing Officer **AMPLIFON**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



TAVOLA ROTONDA

Demetrio Migliorati

Enterprise Digital Organisation

BANCA MEDIOLANUM

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda

MEDIOLANUM DIGITAL WORKPLACE

Tutto quello di cui ho bisogno per lavorare; comunicare, collaborare, partecipare

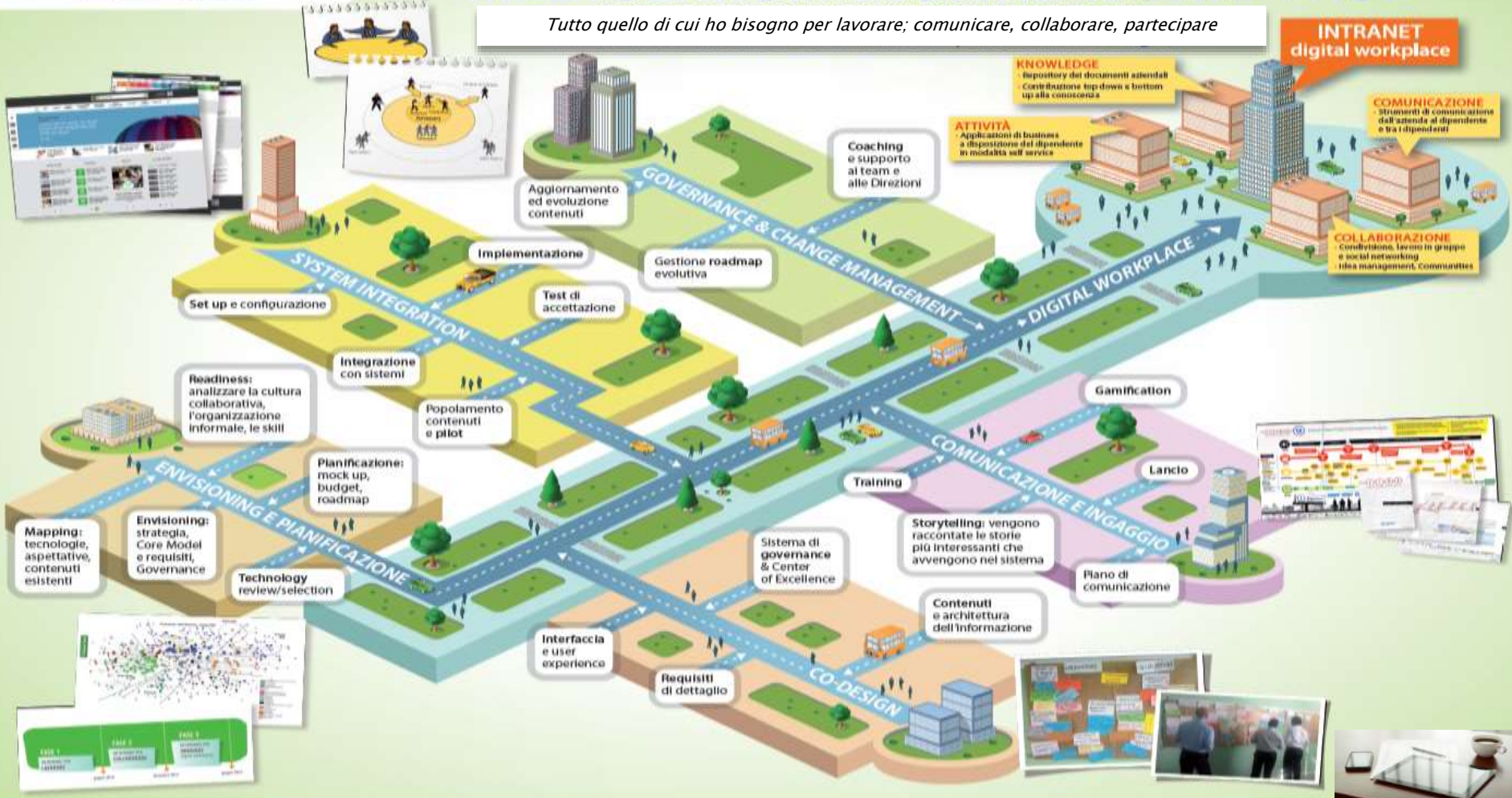
INTRANET digital workplace

KNOWLEDGE
Repository dei documenti aziendali
Contribuzione top down e bottom up alla conoscenza

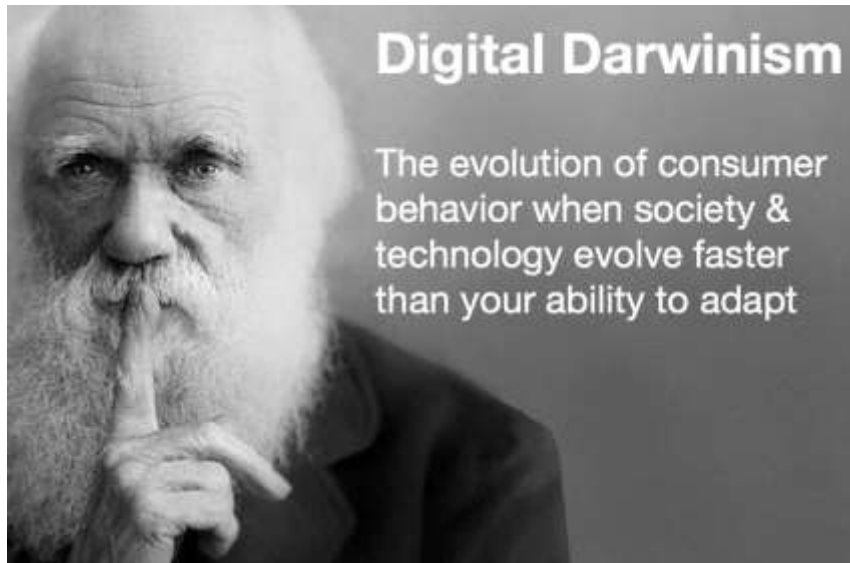
ATTIVITÀ
Applicazioni di business a disposizione del dipendente in modalità self service

COMUNICAZIONE
Strumenti di comunicazione dall'azienda al dipendente e tra i dipendenti

COLLABORAZIONE
Condizione, lavoro in gruppo e social networking
Idea management, Communities

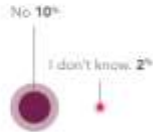


Change



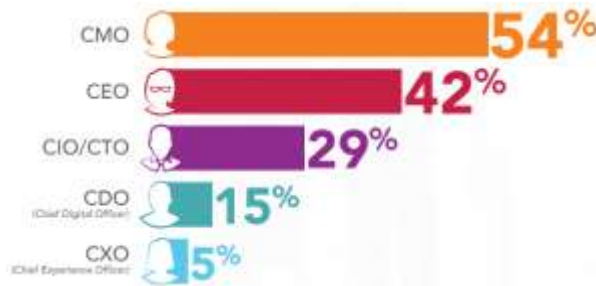
The 2014 State of DIGITAL TRANSFORMATION

How Companies Are Investing in the Digital Customer Experience
is your organization undergoing a formal digital transformation effort in 2014? Altimeter defines digital transformation as: the re-alignment of, or new investment in, technology and business models to more effectively engage digital consumers at every touchpoint in the customer experience lifecycle.



COMPANIES MUST FOCUS ON JOURNEY MAPPING TO IMPROVE CUSTOMER EXPERIENCE

Which of the above best describes your company's efforts around the customer journey/experience?



COMPANIES WITH A DIGITAL CENTER OF EXCELLENCE (COE) ARE FOCUSING ON THESE CHANNELS

Each of the following describes different types of digital transformation initiatives. Please indicate how important each type of initiative is to your digital transformation efforts.



THE MOST IMPORTANT DIGITAL TRANSFORMATION INITIATIVES RANKED

Each of the following describes different types of digital transformation initiatives. Please indicate how important each type of initiative is to your digital transformation efforts.

	Very important	Somewhat important
 Improving processes that expedite changes to digital properties, i.e. website updates new mobile or social platforms, etc	80%	19%
 Updating our website and ecommerce program for a mobile world		
 Integrating all social, mobile, web, ecommerce, etc investments to deliver an integrated and frictionless customer experience		
 Updating customer-facing technology systems		
 Further research into our customers' digital technology as there's more to learn		
 Building a social media program that is more effective against our peers		
 Creating a sense of urgency to show executive management that digital transformation effort does not align with current business strategy		
 Overhauling customer service to meet expectations of our customers	46%	47%



CHALLENGES TO ACHIEVING DIGITAL TRANSFORMATION

Which of the following are the biggest challenges to achieving digital transformation initiatives. Please indicate how important each challenge is to your digital transformation efforts.

	Very important	Somewhat important
 Lack of digital transformation "mindset" or "change management mentality" in digital strategy	63%	34%
 Lack of digital transformation "mindset" or "change management mentality" in digital strategy	59%	32%
 Lack of digital transformation "mindset" or "change management mentality" in digital strategy	56%	39%
 Lack of digital transformation "mindset" or "change management mentality" in digital strategy	56%	39%
 Lack of digital transformation "mindset" or "change management mentality" in digital strategy	53%	42%
 Lack of digital transformation "mindset" or "change management mentality" in digital strategy	42%	39%
 Lack of data to justify value of digital transformation	34%	51%
 Risk management, compliance, and/or legal implications	31%	37%



BENEFITS OF DIGITAL TRANSFORMATION

What are the top 5 benefits you see or anticipate as a result of your formal digital transformation efforts? Select up to 5.

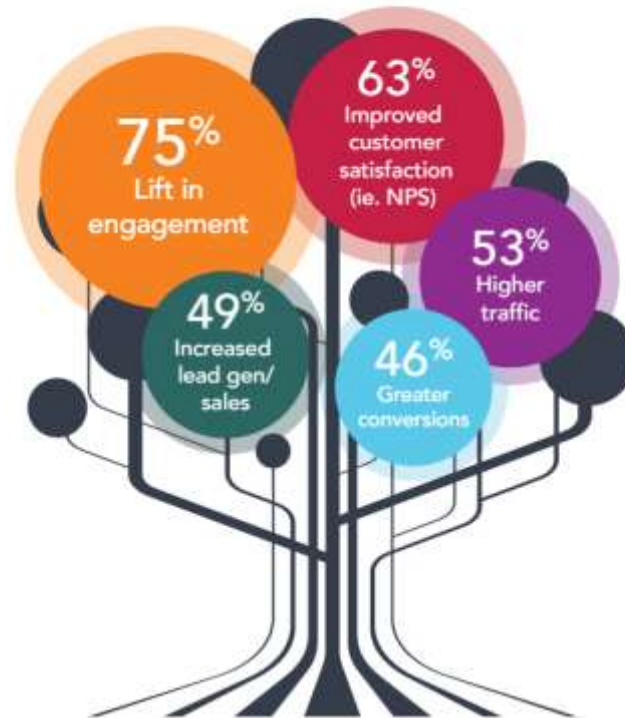




TAVOLA ROTONDA

Vincenzo Russi Chief Digital Officer **MESSAGGERIE ITALIANE**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



Digital Transformation

Intervento di Vincenzo Russi alla tavola rotonda

Per un'esperienza indimenticabile: dall'ideazione del prodotto al suo consumo

Speed and Iteration: Project Spiral Approach

Characteristics

Stage-based

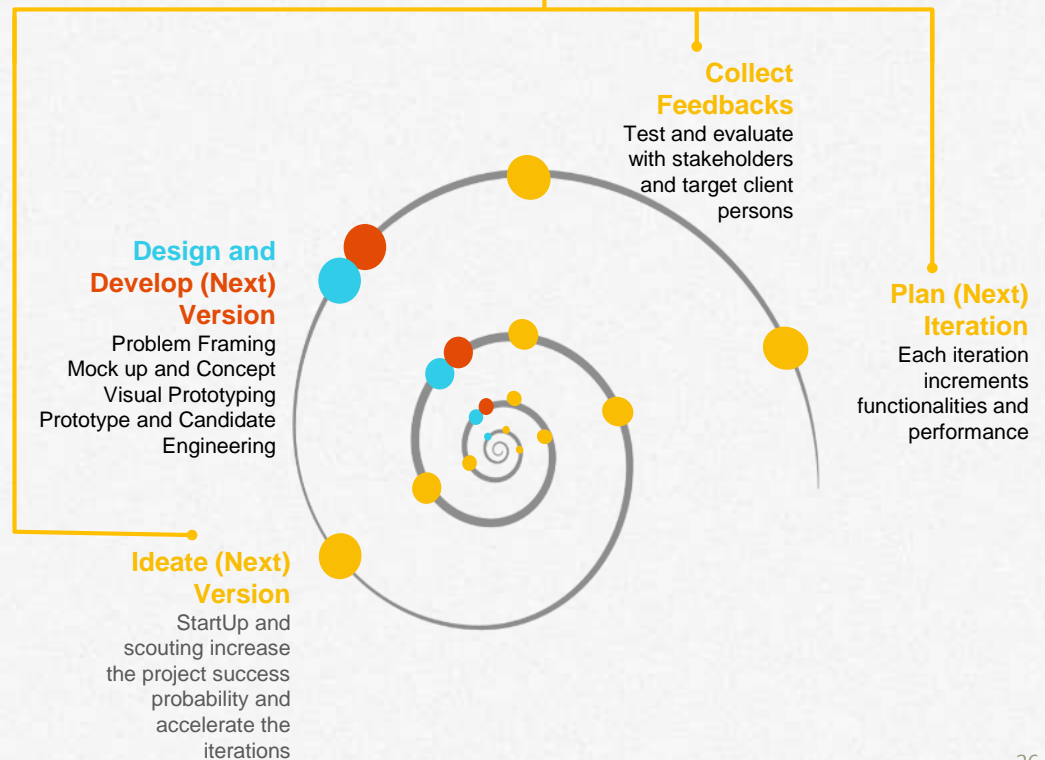
Agile project management

Flexibility, Resiliency and Responsiveness

Quick release of incremental deliverables and integration of client feedbacks towards the next version

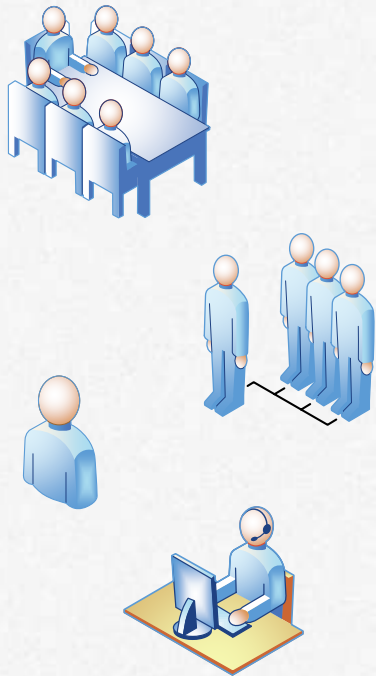
Tested method for innovative projects

Design Sources
Engineering Sources
NewTeam Sources



Source: Vincenzo Russi

Digital Culture



Lower the entry level barrier

Gather requirements from stakeholders, both internal and external

Extend to the enterprise the usage of digital tools and the value perception of data produced

Exploit moments, meetings and events to develop the culture

Implement a «liquid» environment to adapt different users and skills

Transmit confidence on digital through sharing experiences

Accept digital constraints

Provide a reliable environment from quality, robustness, availability and performance point of view

Consider the usability and experience as a key driver for user acceptance



NEW MARKETING FRONTIERS



CUSTOMER EXPERIENCE

Alla ricerca del marketing perfetto

SVILUPPO
& ORGANIZZAZIONE

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro



Aldo Agostinelli Digital & Web Director – **SKY**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



TAVOLA ROTONDA

Andrea Facchini Chief Marketing Officer **AMPLIFON**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



TAVOLA ROTONDA

Demetrio Migliorati

Enterprise Digital Organisation

BANCA MEDIOLANUM

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda






Stakeholder engagement, marketing partecipativo, CSR e comportamento etico

IL SOLE24ORE.COM • Notizie Finanza e Mercati

ARCHIVIO

Mediolanum, perdite sui bond Lehman a carico di Doris e Fininvest

22 OTTOBRE 2008

Condividi su   | vota su  |  | 



Il cda di Mediolanum tenutosi martedì sera in seduta straordinaria ha deliberato di dare incarico alle compagnie assicurative del gruppo di promuovere iniziative a sostegno della clientela titolare di polizze Index Linked con sottostanti obbligazioni Lehman Brothers.

I board delle compagnie del gruppo, Mediolanum Vita e Mediolanum International Life, hanno quindi approvato piani di intervento che prevedono la trasformazione delle polizze in questione allo scopo di riconoscere al cliente il capitale netto versato per tutte le polizze a capitale protetto e il capitale netto versato diminuito dell'eventuale variazione negativa dell'indice di riferimento per le polizze a capitale non protetto. L'onere sarà interamente e solamente a carico dei due

soci maggiori del gruppo Mediolanum. L'operazione, dal costo netto massimo di 120 milioni,

"Dai nostri archivi"

- 1 Lehman Brothers, l'Ania non agirà contro le agenzie di rating
- 2 Ania, azione legale per le index linked Lehman
- 3 Tutti i rischi in compagnia
- 4 I rischi delle polizze indicizzate alle obbligazioni in default
- 5 Polizza, quanto sai cara

Massimo Doris: «Oltre 8mila eventi l'anno, con i clienti tanto dialogo»

di Laura Magagnoli 18 novembre 2014



Massimo Doris, Amministratore delegato di Banca Mediolanum

Formare i family banker per diffondere cultura finanziaria tra la clientela. Anche quella affluente, i paperoni con almeno mezzo milione di patrimonio personale, che non possono limitarsi al fai-da-te. Proprio per l'esigenza, vitale, non solo di proteggere le proprie sostanze, ma soprattutto di garantirsi una buona successione. È il credo di Banca Mediolanum, guidata da Massimo Doris, dotata di una squadra di 384 private banker che gestiscono 11 miliardi dei 51,7 totali.

Gli italiani sono accusati spesso di non avere sufficiente educazione finanziaria. Come si sopperisce a questa mancanza?

Noi ci proviamo con tanti eventi sul territorio, l'anno scorso oltre 8mila, in cui incontriamo i clienti e parliamo loro dei mercati, dei prodotti, dell'economia. E abbiamo fondato una corporate university in cui teniamo corsi per la clientela; per la rete di vendita invece la formazione è continua. E per i private banker abbiamo di recente inaugurato un Master biennale in family banking in collaborazione con l'Università Cattolica.

Quindi l'esigenza di diffondere cultura finanziaria è reale, anche verso clienti mediamente sofisticati come possono essere quelli di un private banker?

Direi di sì: i clienti tipici dei nostri private banker sono imprenditori con patrimoni variabili dal mezzo milione a svariati milioni di euro. E, al di là della formazione personale, o proprio grazie ad essa, in genere un cliente di questa fascia preferisce rivolgersi a un professionista.

Emergenza Italia Centro-Nord occidentale

Banca Mediolanum, ancora una volta, vicina ai propri clienti e collaboratori.

In seguito alle dure calamità che hanno recentemente colpito il centro e nord Italia, Banca Mediolanum desidera esprimere il suo sostegno e la sua vicinanza a tutti i clienti e collaboratori del Gruppo.

L'impegno concreto e responsabile si traduce nelle seguenti agevolazioni per tutti i clienti e collaboratori che hanno subito danni materiali alla prima casa e che ne faranno richiesta al proprio Family Banker® entro il 30/04/2015.

In particolare:

- contributo a fondo perduto per danni subiti;
- sospensione per 12 mesi del pagamento delle rate del mutuo e del prestito in essere con la Banca;
- attivazione di linee di credito privilegiate su fidi e prestiti con un tasso pari all'Euribor + 1,5%;
- riduzione dell'1% dello spread dei mutui in essere per 24 mesi;
- riduzione a Euribor 3 mesi +1,5% per 24 mesi sui fidi e fino alla naturale scadenza sui prestiti.

Ogni persona è al centro di grandi attenzioni

Il nostro principio ispiratore è mettere sempre la persona al centro.

Ci impegniamo a sviluppare soluzioni sempre più in linea con le tue esigenze e coltivarne, quotidianamente, la relazione che ti collega inestricabilmente alla formazione continua dei nostri dipendenti, grazie al Banca dei nostri clienti e Family Banker® sui mercati d'Italia, tramite la nostra Fondazione, diventando i dotti dei banchieri.

Se vogliamo migliori il mondo, ragioniamoci, ogni giorno, e dai il meglio.

IL NOSTRO IMPEGNO



IL NOSTRO IMPEGNO



2013 / Successi e riconoscimenti

- Il Gruppo Mediolanum continua l'investimento di tecnologia, rispetto ai competitor, portando la percentuale di neo-assistenti a + 5,18%.
- Vengono stanziati 1.400.000€ a favore di Clienti e Family Banker colpiti dalle alluvioni in Veneto, Toscana, Sardegna e Catania, e dal terremoto in L'Aquila e Gerfagnana.
- Anche quest'anno, Unioncamere Lombardia conferisce il premio "Buone Prassi" per la CSR a Mediolanum S.p.A.
- Nel suo primo anno come CNILIS, Fondazione Mediolanum eroga 754.911€ a favore di 20 progetti (+77% di erogazioni rispetto al 2012).
- Mediolanum Corporate University vince il premio "Global Council of Cooperatives University Award" per la categoria "Best Corporate University embodying the identity, the culture and the brand of the organization in its stakeholders".
- Le buone prassi aziendali permettono un risparmio annuo delle risorse tecniche di quasi il 20%.

2012 / Buone notizie

- A seguito del terremoto in Emilia, vengono stanziati a favore dei Clienti e Family Banker colpiti 2.000.000 €, attivate linee di credito privilegiate e sospese le rate dei mutui e prestiti.
- Mediolanum S.p.A. inverte il trend di mercato nelle assunzioni, registrando un +5% rispetto al 2011.
- Unioncamere Lombardia conferisce il premio "Buone Prassi" per la CSR a Mediolanum S.p.A.
- Fondazione Mediolanum viene riconosciuta come Onlus, e nel corso dell'anno, eroga 428.600 € a favore di 20 progetti.

LA RELAZIONE PER L'ECCELLENZA

Chi siamo - Apprendiamo - MCI/2014 - Notizie - Strategie

Positive Business Award 2014

Dopo il riconoscimento nel 2013 del 1° premio al Global Council of Corporate University Awards a metà, quest'anno Mediolanum Corporate University è stata insignita del "Positive Business Training Award". Un riconoscimento che premia la società che si impegna, si distingue e crea un valore alla grande scala.

Mediolanum Award 2014
Global Council of Corporate University Award 2014

MCI/2014 Incontra l'ecceellenza

9 GIUGNO 2014
Due 2014 "Petch" Awards per "Centobanchi e operatori"

Per informazioni sui servizi professionali e personali

Mediolanum S.p.A. | Direzione | Assistenza | Clienti | MCI | Privacy | +39 02 50000000



→ Registrati | Accedi

FONDAZIONE | PROGETTI | ASSOCIAZIONI | INIZIATIVE | COME AIUTARE

DONA ORA €

DONA ORA

per il progetto
Porte aperte

Dai il tuo sostegno per rendere gratuiti i servizi rivolti ai bambini che soffrono della disabilità comunicativa grave.



Riutaci a far sentire
la voce di ogni bambino

*Educare alla libertà affinché
i bambini di oggi siano gli adulti liberi
di domani.*



Il futuro è nei bambini

Entro il 2020 vogliamo aiutare

50.000  bambini

a liberarsi dalla condizione di disagio



Iniziative

1 VITA, 200 STORES THROUGH THE GLASS



Gli anziani e i bambini stanno bene insieme e sono ricchezza gli uni per gli altri. l'incontro permette agli adolescenti di costruire relazioni significative con altri adulti al di fuori della loro famiglia e, allo stesso tempo, il contatto con i bambini può donare all'anziano una dimensione progettuale

2 UNA CASA PIENA D'AMORE



Sono oltre 29.300 i bambini e ragazzi che oggi in Italia non possono vivere con la propria famiglia. "Una casa piena d'amore", il progetto di Fondazione Mediolanum Onlus a favore di SOS Villaggi dei Bambini, dona ai bambini in difficoltà una casa e il calore di una famiglia in cui crescere. [Per il 2017](#)

3 PORTE APERTE



Il progetto "Porte Aperte" aiuta le famiglie con bambini e adolescenti affetti da gravi disabilità motorie e comunicative ad accedere gratuitamente, per un anno, alle terapie del Centro Benedetta d'Armi Onlus.



MCU INCONTRA L'ECCELLENZA

[Home](#) - [Iniziative](#) - [MCU incontra l'Eccellenza](#)

19 Tour 2014: "Patch" Adams per "Centodieci è Ispirazione"

Hunter Doherty Adams, detto "Patch" - cerotto in inglese - , medico, attivista e scrittore ha dedicato la sua vita allo studio dell'essere umano sotto ogni aspetto e alla creazione di un sistema sanitario alla portata di tutti.

[Vai all'evento](#)

18 Tour 2014 - Simona Atzori per Centodieci è Ispirazione

Simona Atzori è oggi un esempio di **Eccellenza** perché, nonostante priva di braccia dalla nascita, ha intrapreso con successo l'attività di pittrice e di ballerina classica riscuotendo grande notorietà anche a livello internazionale, riesce per questo a "volare" senza ali.

[Vai all'evento](#)

MCU MCU incontra l'Eccellenza

Calendario iniziative

Foto

Video

Materiali disponibili



IDEE E STRUMENTI
PER INNOVARE CON LODE



ESPRIMIZIONE INNOVAZIONE FORMAZIONE TECNOLOGIA CREATIVITÀ

EVENTI



Creatività e semplicità unite sono la più potente arma di comunicazione di massa. Guardate qui

GIULIANO AMBROSIO
Web Creative Strategist

CREATIVE SIGN

27
11
2014

Centodiecì e Condivisione a
Villorba (TV)

PARTECIPA

Newsletter:

indirizzo mail

ISCRIVITI

Un sistema di collaborazione tra cervelli è la base per creare innovazione

SCOPRI IL CALENDARIO EVENTI DI CENTODIECI

28
11

Benvenuti in Centodiecì! Ennio Doris

Il Manifesto di Centodiecì

Mediolanum

Seguici

f t g+ r

GABRIELE PERI
Comunicazione e Strategie di AREA Science Park Torino

Innovare significa soprattutto imparare. Come gestire la propria formazione e informazione tra web e social

GIULIO RIVAZZI
Innovazione e Gestione del Cambiamento in Smart, Digital e Connected Digital

Lo smart working è chiave per il successo. Perché ci si concentra sui progetti e si ammette di perdere tempo

E se l'irrazionalità, il pensare l'impossibile, fosse proprio quello di cui il mondo ha bisogno?

12
12
2014

Inspirazione sulle punte: Simona Atzori in tour con Centodiecì

PARTECIPA

1
12
2014

Centodiecì è Condivisione a Pisa con ospite Rudy Bandiera

PARTECIPA

2
12
2014

Centodiecì è Progresso a Gorizia

PARTECIPA



TAVOLA ROTONDA

Vincenzo Russi Chief Digital Officer **MESSAGGERIE ITALIANE**

Dai il tuo contributo compilando
il **breve questionario online:**

<https://it.surveymonkey.com/s/G6L9V32>

I risultati saranno commentati alla fine della tavola rotonda



Nuove Frontiere del Marketing

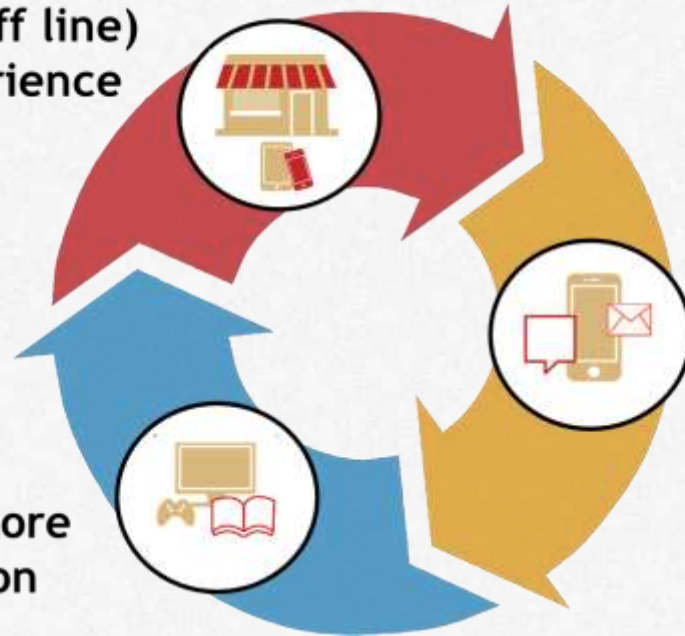
Intervento di Vincenzo Russi alla tavola rotonda

Per un'esperienza indimenticabile: dall'ideazione del prodotto al suo consumo

Hybrid Consumer Experience



**In Bookstore
(on-off line)
Experience**



**Out of
Bookstore
Relationship**

**Out of
Bookstore
Decision**

The Urgency for a New Marketing

Emerging Actors



New Publishing Models



Stakeholders and Market

Authors and Readers

Publishers, Distributors, Wholesalers, OnLine and Offline Retailers, Agencies

Price, margin and profit turbulence

Digital and Physical opportunity

Hybrid Product and Service



Video Audio Images Places

News

Blog

Stories

Components, Grammar, and a New Composition

24

LOOKING-GLASS HOUSE.

manage this one a bit; it writes all manner of things that I don't intend——"

"What manner of things?" said the Queen, looking over the book (in which Alice had put '*The White Knight is sliding down the poker. He balances very badly*'). "That's not a memorandum of *your feelings!*"



There was a book lying near Alice on the table, and while she sat watching the White King (for she was still a little anxious about him, and had the ink all ready to throw over him, in case he fainted again), she turned over the leaves, to find some part that she could read, "—for it's all in some language I don't know," she said to herself.

LOOKING-GLASS HOUSE.

25

It was like this.

JABBERWOCKY.

*'Twas brillig, and the slithy toves
Did gyre and gimble in the wabe;
All mimsy were the borogoves,
And the mome raths outgrabe.*

She puzzled over this for some time, but at last a bright thought struck her. "Why, it's a Looking-glass book, of course! And if I hold it up to a glass, the words will all go the right way again."

This was the poem that Alice read.

JABBERWOCKY.

*'Twas brillig, and the slithy toves
Did gyre and gimble in the wabe;
All mimsy were the borogoves,
And the mome raths outgrabe.*