

presentano il Convegno



Milano, martedì 2 dicembre 2014

IL PROGETTO E LE RIVISTE

Il 16 aprile scorso si è tenuto a Milano il convegno *Customer Experience: innovazione tecnologica e modelli organizzativi*, organizzato dalle riviste *Sistemi&Impresa* e *Sviluppo&Organizzazione*. Durante la giornata si è affrontato il tema della customer experience dal punto di vista **dell'innovazione tecnologica** e dei suoi **impatti sul modello organizzativo**.

Dopo il successo della scorsa edizione, torna in autunno un **nuovo appuntamento** dedicato al mutato rapporto tra aziende e clienti, con un **focus specifico sul marketing strategico**. Il convegno dal titolo ***Customer Experience: alla ricerca del marketing perfetto*** sarà rivolto a un pubblico rappresentato da imprenditori e manager di aziende di medio-grande dimensione, ovvero il target primario di lettori delle due riviste.

[IL VIDEO DELL'EDIZIONE PRECEDENTE](#)



LA SCORSA EDIZIONE

186 iscritti – 63 aziende rappresentate – 86 presenti.

AZIENDA	FORMA GIUR.	SETTORE
BCC RISPARMIO&PREVIDENZA	SPA	ASSICURAZIONE, CREDITO E FINANZA
BONPRIX	SRL	COMMERCIO E GDO
CARGLASS	SPA	INDUSTRIA MECCANICA
CARREFOUR ITALIA MOBILE	SRL	COMMERCIO E GDO
CLOETTA	LTD	INDUSTRIA ALIMENTARE
COLT TECHNOLOGY	SPA	TELECOMUNICAZIONI
COTY ITALIA	SPA	INDUSTRIA CHIMICA, FARMACEUTICA
CRF - CENTRO RICERCHE FIAT	SCPA	INDUSTRIA MECCANICA, METALLURGICA
CVB	SRL	INDUSTRIA MECCANICA, METALLURGICA
DHL SUPPLY CHAIN ITALY	SPA	TRASPORTI E LOGISTICA
DISNEY STORE	SRL	COMMERCIO E GDO
ERMENEGILDO ZEGNA	SPA	INDUSTRIA TESSILE, ABBIGLIAMENTO
FIAT GROUP AUTOMOBILES	SPA	INDUSTRIA MECCANICA, METALLURGICA
GESI	SPA	INDUSTRIA ARREDO, LEGNO, MOBILI
GIORGIO ARMANI	SPA	INDUSTRIA TESSILE, ABBIGLIAMENTO
GUALA CLOSURES	SPA	INDUSTRIA PACKAGING
IBM ITALIA SERVIZI FINANZIARI	SPA	ASSICURAZIONE, CREDITO E FINANZA
KPNQWEST	SPA	TELECOMUNICAZIONI
LOTTO SPORT ITALIA	SPA	INDUSTRIA TESSILE, ABBIGLIAMENTO
LYRECO	SPA	COMMERCIO E GDO
MOTOROLA SOLUTIONS ITALIA	SPA	TELECOMUNICAZIONI
OILSAFE	SRL	INDUSTRIA MECCANICA, METALLURGICA
POMELLATO	SPA	INDUSTRIA TESSILE, ABBIGLIAMENTO
PRYSMIAN CAVI E SISTEMI	SRL	INDUSTRIA MECCANICA, METALLURGICA
RETE FERROVIARIA ITALIANA	SPA	TRASPORTI E LOGISTICA
SANOFI	SPA	ASSICURAZIONE, CREDITO E FINANZA
SUNPOWER ITALIA	SRL	INDUSTRIA SETTORE ENERGIA
SVIVE	SPA	INDUSTRIA ALIMENTARE
UNICREDIT BANCA	SPA	ASSICURAZIONE, CREDITO E FINANZA
UNIQA ASSICURAZIONI	SPA	ASSICURAZIONE, CREDITO E FINANZA

IL TEMA

Lo scenario globale in rapida evoluzione porta con sé una nuova sfida per le organizzazioni. Con l'avvento dei **social media** e della **tecnologia 2.0** mutano radicalmente le modalità d'accesso degli end user ai servizi e agli articoli di consumo. Non è più il brand a dettare le regole del gioco, bensì il **consumatore**, che può essere una grande opportunità, ma anche una fastidiosa spina nel fianco. **Social network, forum, blog, siti di e-commerce e di m-commerce**: sono solo alcuni dei territori virtuali in cui le aziende combattono la loro lotta quotidiana per cercare di guadagnarsi la fiducia del consumatore. E insieme ai luoghi virtuali, anche una moltitudine di spazi fisici – **flagship store, pop-up store, hybrid store** –,

concepiti per garantire al cliente la miglior shopping experience possibile. Più canali, dunque, che devono essere gestiti in maniera simultanea e integrata per una fruizione del prodotto che divenga un'esperienza indimenticabile.

Tutto ciò comporta una serie di ricadute. Innanzitutto un moltiplicarsi esponenziale di dati che, se giustamente interpretati, possono aiutare le aziende a ricevere dal proprio 'pubblico' un feedback immediato, anticipando e controllando i fenomeni di vendita: a questo serve la **business intelligence!**

Ma adottare sistemi di monitoraggio delle vendite, fisiche e online, e di analisi dei dati sensibili non basta per **far sì che il brand mantenga un'ottima reputazione**. Ecco allora che le aziende devono, con urgenza, ragionare su una **nuova tipologia di marketing strategico** – multi-piattaforma o multi-canale –, introducendo ruoli e professionalità capaci di interfacciarsi con la comunità virtuale e di utilizzare gli strumenti social messi a disposizione.

Gestire il cambiamento organizzativo che ciò comporta – lo si faccia internamente o in *outsourcing*, affidandosi a player specializzati nel migliorare la strategia digitale e gestire in maniera efficace la reputazione *online* – deve divenire un imperativo assoluto.

TARGET VISITATORI e MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

Il progetto si rivolge, in prima battuta, a chi in aziende di medio grande dimensione si occupa di marketing e in generale di *sviluppo del business*:

- **Direzione generale**
- **Marketing e Marketing Strategico**
- **Commerciale**
- **Comunicazione**

Il target dell'evento coinvolge **anche figure aziendali** complementari a quelle indicate e appartenenti all'area **IT, Organizzazione, Risorse Umane**.

Il convegno prevede la partecipazione gratuita degli abbonati alle riviste **Sviluppo&Organizzazione** e **Sistemi&Impresa** e a pagamento per i non abbonati (quota di partecipazione €140,00+Iva).

Si prevede il coinvolgimento di 150 visitatori tra iscritti e partecipanti.

SERVIZI AI VISITATORI E DOCUMENTAZIONE

Tutti i visitatori presenti al convegno ricevono:

- **Coffee break** a metà mattinata e **pranzo a buffet** al termine dei lavori
- Una copia delle **riviste** *Sviluppo&Organizzazione* e *Sistemi&Impresa*
- **Atti** della giornata
- **Badge** di ingresso

PROMOZIONE

Molti i **canali** con i quali viene promosso l'evento:

- **Pubblicità** – Realizzazione di pagine pubblicitarie sulle riviste ESTE
- **E-mail** – Attività di e-mail marketing verso i nominativi selezionati dal database ESTE
- **Inviti cartacei**
- **Sito web** – Sezione dedicata sul sito www.este.it
- **Social Network**
- **Fax** – Attività di invio fax verso i nominativi selezionati dal database ESTE
- Iniziative promozionali presso Associazioni di settore

SPONSORIZZAZIONE

Il pacchetto di partecipazione in qualità di **SPONSOR** ha un costo di **Euro 5.000+Iva** e garantisce i seguenti servizi:

- Intervento di 25 minuti all'interno dell'agenda del convegno
- File Excel con anagrafiche degli iscritti e dei partecipanti all'evento
- Desk espositivo nelle immediate vicinanze della sala convegno
- Pubblicazione del logo aziendale sulla documentazione promozionale dell'evento e riproduzione di logo, profilo aziendale, bio e foto del relatore sulla Brochure del convegno e sul sito www.este.it
- Reportage sulla rivista *Sviluppo&Organizzazione*
- Servizio fotografico e video dell'evento.

Il pacchetto di partecipazione in qualità di **ESPOSITORE** ha un costo di **Euro 3.000+Iva** e garantisce i seguenti servizi:

- File Excel con anagrafiche degli iscritti e dei partecipanti all'evento
- Desk espositivo nelle immediate vicinanze della sala convegno
- Pubblicazione del logo aziendale sulla documentazione promozionale dell'evento e riproduzione di logo e profilo aziendale sulla Brochure del convegno e sul sito www.este.it
- Reportage sulla rivista *Sviluppo&Organizzazione*
- Servizio fotografico e video dell'evento.

CONTATTI

Opportunità commerciali: Andrea Bobbiese – andrea.bobbiese@este.it – Cell. 335.6875722

Riferimento organizzativo: Martina Galbiati – martina.galbiati@este.it – Cell. 339.1068668