

presentano il Convegno

CUSTOMER EXPERIENCE

INNOVAZIONE TECNOLOGICA E MODELLI ORGANIZZATIVI

Come evolvono i rapporti tra organizzazioni ed end-user con l'avvento del social business e l'emergere di nuove professionalità legate al web 2.0



Milano, giovedì 3 aprile 2014

Ore 9.00 – 13.30



IL PROGETTO E LE RIVISTE

Il convegno è organizzato da *Sviluppo&Organizzazione*, la più importante e autorevole rivista italiana dedicata ai temi di organizzazione aziendale e da *Sistemi&Impresa*, la testata che analizza tematiche legate all'innovazione d'impresa con l'obiettivo di mettere in relazione le diverse funzioni aziendali.

Il pubblico coinvolto è rappresentato da Imprenditori e Manager di aziende di medio grande dimensione; ovvero il target di lettori primario di *Sviluppo&Organizzazione* e *Sistemi&Impresa*. Il Convegno prevede la **partecipazione gratuita degli abbonati alle riviste e a pagamento dei non abbonati** (quota di €150,00+Iva).

L'evento si tiene **giovedì 3 aprile a Milano**.

Il convegno si svolge nell'arco di una mezza giornata, la mattina, e si conclude con una colazione di lavoro.



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 agli articoli di consumo. Non è più il brand a dettare le regole del gioco, bensì il consumatore, che può diventare una grossa opportunità, ma anche una fastidiosa spina nel fianco.

Ciò a cui si guarda con curiosità oggi è la **fruizione esperienziale del prodotto** (la cosiddetta brand experience) che mette in campo una rivoluzione tecnologica atta non solo a garantire "tutto, sempre e ovunque" – flagship stores, pop-up stores, hybrid stores, e-commerce, m-commerce –, ma anche a **gestire un'enorme mole di dati** che, se giustamente interpretati, possono aiutare a monitorare, anticipare e controllare i fenomeni di vendita, prevedendo **l'evoluzione dei consumi e delle tendenze di mercato**.

C'è poi un altro aspetto da considerare, che può essere racchiuso nel concetto di **brand reputation**, per ottenere la quale non basta il semplice presidio della rete attraverso un sito internet piuttosto che i maggiori social network attualmente online. Ciò che fa veramente la differenza è il **feed back dato dall'utente**, o consumatore finale, il quale terrà conto del comportamento del brand nella **community web** e della sua condotta etica e morale.

Ecco allora che avviene una vera e propria **rivoluzione anche a livello organizzativo**, dove è necessario, per esempio, **ripensare il ruolo della formazione e della funzione IT**, ragionare su una nuova tipologia di marketing strategico, introducendo ruoli e professionalità capaci di interpretare e interfacciarsi con la comunità virtuale, ripensare, infine, le strutture organizzative per avvicinarle al modello della rete, democratico e partecipato.

Uno degli elementi che maggiormente bloccano, o rallentano, la reale adozione di questi approcci è l'azienda stessa e la sua inerzia nel **gestire la metamorfosi**. Lavorare sulla **cultura del cambiamento**, sia in termini tecnologici sia organizzativi, deve divenire un imperativo assoluto.



TARGET VISITATORI



Il pubblico coinvolto nella promozione del convegno è prima di tutto rappresentato dalla comunità di Abbonati a *Sviluppo&Organizzazione* e *Sistemi&Impresa*, lettori che, generalmente, ricoprono in imprese medio grandi ruoli all'interno della Direzione Generale (Imprenditori, Amministratori Delegati, Direttori generali), Organizzazione Aziendale e delle Risorse Umane, Responsabili Marketing, ICT, Finanza, Logistica, Operations, Produzione.

Obiettivo del progetto è **coinvolgere almeno 100 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
- **Web** – Sezione dedicata sui siti www.este.it e www.benessereorg.it
- **Fax** – Attività di invio fax verso i nominativi selezionati dal database ESTE
- **Iniziative promozionali** presso Associazioni e Ordini di categoria



SPONSORIZZAZIONE

Il pacchetto di Sponsorizzazione 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;
- Riproduzione del logo aziendale sulla documentazione promozionale dell'evento;
- Riproduzione di logo e profilo aziendale sulla Brochure del convegno;
- Reportage sulla rivista Sviluppo&Organizzazione;
- Servizio fotografico e video dell'evento.

Per informazioni:

Martina Galbiati

martina.galbiati@este.it

Tel. 02.91434400