



MARKETING 360°

**IL CLIENTE DOPO L'AVVENTO DEL DIGITALE:
L'AGENDA DI CHI SI OCCUPA SUL SERIO DI MARKETING**

Milano

Mercoledì 11 febbraio 2015

Un appuntamento dedicato ad approfondire
il mutato rapporto fra aziende e clienti, in un periodo in cui
i paradigmi del marketing sono stati scardinati

Il convegno è presentato dalle riviste

SVILUPPO & ORGANIZZAZIONE 

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro

www.este.it

IL PROGETTO

Dopo il successo dei due convegni dedicati al tema della Customer Experience organizzati nel 2014, ESTE propone per il **2015** un nuovo ciclo di eventi dedicato al mutato rapporto tra aziende e clienti nella congiuntura attuale, con un focus specifico sul **marketing strategico**.

Gli appuntamenti del progetto **MARKETING 360** si rivolgono a un pubblico rappresentato da **imprenditori e manager di aziende di medio-grande dimensione**, ovvero il target primario di lettori delle due riviste *Sviluppo&Organizzazione* e *Sistemi&Impresa*.

Ciascuno dei tre appuntamenti approfondirà uno specifico tema di attualità nell'ambito del marketing strategico.

Il progetto è supportato da un **Comitato scientifico di professionalità accademiche** composto, al momento, da:

- **Fabio Fraticelli** - Ricercatore Post-doc - Facoltà di Economia - Università Politecnica delle Marche
- **Francesca Negri** - Ricercatrice in social media marketing - Dipartimento di Economia - Università degli Studi di Parma
- **Angela Perego** - SDA Professor – Unit Sistemi Informativi - SDA Bocconi School of Management
- **Nicoletta Vittadini** - Web & social media Professor - Università Cattolica del Sacro Cuore e Direttrice del Master in Digital Communications Specialist - ALMED

Il gruppo di lavoro si amplierà con altri componenti, provenienti anche dal **mondo aziendale**.

I CONVEGNI

Il ciclo di convegni **MARKETING 360** si compone di 3 appuntamenti, tutti nella città di Milano:

- **#1 – Mercoledì 11 febbraio 2015**
- **#2 – Martedì 7 luglio 2015**
- **#3 – Mercoledì 30 settembre 2015**

Mercoledì 11 febbraio 2015

Il cliente dopo l'avvento del digitale: l'agenda di chi si occupa sul serio di marketing

L'avvento e la diffusione del **digitale** ha rappresentato per le aziende l'avvio e il consolidamento di una nuova era, un periodo in cui **molti dei paradigmi** che hanno caratterizzato il modo di affrontare il mercato, di fare marketing, si sono modificati se non del tutto **rivoluzionati**.

Tutto ciò a valere sia per il mercato consumer sia per quello business.

Nella ricerca dell'anno zero di questa nuova era del marketing il **baricentro** di analisi è, come prima e più di prima, il **cliente** e il suo mutamento 'antropologico'. Chi si occupa sul serio di marketing è costretto quindi a confrontarsi con temi nuovi, che richiedono **nuove prospettive** per essere affrontati. Un aspetto che sicuramente rappresenta una novità è l'**esperienza** che il **cliente** si aspetta di vivere nel momento in cui si avvicina a un prodotto o a un servizio.

Prima, durante e dopo l'acquisto, il cliente desidera **sentirsi coinvolto** in un momento esperienziale, in una relazione coinvolgente che soddisfi i suoi bisogni e le sue aspettative nel rispetto dei **valori** nei quali si identifica.

Nella congiuntura attuale le aziende devono rinnovarsi per **stare al passo** con il mercato che muta e ripensare le proprie strategie di marketing in una **logica multicanale** orientata al nuovo modello di cliente e ai suoi processi di scelta e orientamento all'acquisto, nell'ottica di una costante integrazione tra fisico e virtuale.

Oggigiorno sviluppare una relazione di fiducia con il cliente è più complicato rispetto a prima e i brand hanno la possibilità e il dovere di **sfruttare** al meglio gli **strumenti di comunicazione**.

Un'**agenda nuova** quella che si prospetta per i professionisti del marketing, che **non può più prescindere dalle nuove tecnologie**.

- *Online e offline sono ancora due mondi paralleli o hanno trovato il loro equilibrio?*
- *Le organizzazioni sono pronte a ripensare i loro modelli organizzativi alla luce delle esperienze 'multicanale' dei clienti?*
- *Quali le professionalità che vanno ricercate e formate per cogliere tutte le opportunità che questa 'era digitale' porta con sé?*
- *Come sviluppare al meglio la relazione cliente/brand tra online e offline?*

Queste sono solo alcune delle domande a cui proveremo a dare risposta nel primo appuntamento a calendario, che si pone l'obiettivo di evidenziare gli spunti e le problematiche più stringenti sulle varie tematiche che affronteremo.

Martedì 7 luglio 2015

Convegno #2

Mercoledì 30 settembre 2015

Convegno #3

Per il secondo e terzo appuntamento, in programma sempre a Milano, le tematiche saranno definite in base alle osservazioni e agli input dati dai partecipanti al primo convegno e dal Comitato Scientifico.

TARGET E MODALITÀ 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 ciclo di convegni coinvolge anche figure aziendali complementari a quelle indicate e appartenenti all'area **IT, Organizzazione, Risorse Umane**.

Il progetto 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 di coinvolgere circa **100 visitatori tra iscritti e partecipanti** in ciascuno dei tre appuntamenti.

CONSUNTIVO CONVEGNI 2014

TAPPA	Iscritti	Presenti	Aziende
Milano aprile 2014 <i>(partecipazione gratuita)</i>	186	86	121
Milano dicembre 2014 <i>(partecipazione a pagamento)</i>	95	64	66

Milano aprile 2014	Relazione conclusiva	Video	Foto
Milano dicembre 2014	Relazione conclusiva	Video	Foto



OPPORTUNITÀ DI SPONSORIZZAZIONE

È possibile partecipare al progetto convegnistico in qualità di **Sponsor** o **Espositore**.

La partecipazione in qualità di **Sponsor** ha un costo di **Euro 6.000 + iva** e dà diritto ai seguenti servizi:

- Partecipazione di un relatore al programma del convegno;
- File Excel con anagrafica degli iscritti e dei partecipanti al convegno;
- Desk espositivo nelle immediate vicinanze della sala dell'evento;
- Riproduzione del logo aziendale sulla documentazione promozionale del convegno - mailing, inviti, pagine pubblicitarie;
- Riproduzione di logo e profilo aziendale sulla brochure Sponsor e Relatori del convegno;
- Reportage sulle riviste ESTE;
- Servizio fotografico e video del convegno.

La partecipazione in qualità di **Espositore** ha un costo di **Euro 3.500 + iva** e dà diritto ai seguenti servizi:

- File Excel con anagrafica degli iscritti e dei partecipanti al convegno;
- Desk espositivo nelle immediate vicinanze della sala del convegno;
- Riproduzione del logo aziendale sulla documentazione promozionale del convegno - mailing, inviti, pagine pubblicitarie;
- Riproduzione di logo e profilo aziendale sulla brochure Sponsor e Relatori del convegno;
- Reportage sulle riviste ESTE;
- Servizio fotografico e video del convegno.



PER INFORMAZIONI

Raffaele De Lucia – Account Eventi Este

raffaele.delucia@este.it - Tel. 02.91434400