

In collaborazione con



presenta il convegno

## Multicanalità e relazione con i clienti: nuove sfide per il marketing

Multicanalità, integrazione e sinergie tra diversi canali di comunicazione e distribuzione: sono concetti ormai ampiamente condivisi e entrati a pieno titolo nelle strategie di marketing aziendali.

Ma come si sono evoluti nell'era del 2.0? sono ancora validi? è realmente l'azienda che decide le strategie da adottare, oppure il potere di decidere come muoversi tra i diversi canali è soprattutto nelle mani del cliente? chi è il vero protagonista delle strategie di marketing? e quali sono gli strumenti che utilizza?

I diversi interventi avranno l'obiettivo di fornire risposte pratiche a queste domande, traendo spunto anche dalle testimonianze delle aziende che contribuiranno a dare un taglio decisamente coinvolgente e concreto all'incontro.

### **Programma dei lavori**

#### ■ **Apertura dei lavori**

**Walter G. Scott** - Professore di Marketing presso l'Università Vita – Salute San Raffaele di Milano

**Enrico Sassoon** - Direttore di Harvard Business Review Italia

Modera i lavori **Mario Bagliani** - Senior Manager di Valdani Vicari & Associati

#### ■ **La sfida del consumatore multicanale: quale comunicazione innovativa adottare?**

**Cetti Galante** - New Business Development Director Nielsen

#### ■ **Strategie multicanale: opportunità e criticità per una multinazionale dell'elettronica di consumo**

**Sergio Ceresa** - Consumer Business Director, Imaging and Printing Group di HP

#### ■ **Multicanalità e CRM: come cambia la relazione con il cliente nell'era del 2.0**

**Leonardo Bellini** - Fondatore di Digital Marketing Lab, autore e curatore di testi in tema di digital marketing

testimonial: **Valentina Tolomelli** - Web Community Manager, Ducati Motor Holding

■ **I servizi "web 2.0": blog e social community quali canali per raggiungere gli utenti e sviluppare nuove opportunità di contatto**

**Mauro Lupi** - Presidente e co-fondatore di Ad Maiora e Vice presidente di IAB

testimonial: **Alberto Macciani** - Responsabile Marketing Findus/Unilever

■ **Il commercio elettronico come canale driver di competitività delle imprese italiane nel mondo**

**Roberto Liscia** - Docente di Marketing Industriale presso il Politecnico di Milano, Presidente di Netcomm

testimonial: **Lucio Carli** - Direttore divisione cosmetici e responsabile web marketing Fratelli Carli S.p.A.

■ **Tavola rotonda di chiusura**

■ **Aperitivo**

La partecipazione al convegno è gratuita e subordinata all'iscrizione da effettuarsi esclusivamente on line all'indirizzo:

[www.ipsoa.it/formazione](http://www.ipsoa.it/formazione) (sezione "Iniziative gratuite")

**Data:** 19 marzo 2008

**Registrazione partecipanti:** 14:00-14:30

**Orario lavori:** 14:30-18:30

**Sede:** Salone degli affreschi – I chiostri dell'Umanitaria, Via San Barnaba, 48 - Milano

**Per informazioni**

Scuola di Formazione IPSOA

Tel. 02/82476. 048-316-812-838

e-mail: [formazione.ipsoa@wki.it](mailto:formazione.ipsoa@wki.it)