

Con il patrocinio di



Partner dell'evento

Spring



lefac.com

CRIET Incontra è l'attività del Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio che si propone di far confrontare, su una serie di tematiche di primario interesse per lo sviluppo territoriale, gli studiosi con i decisori delle imprese e delle istituzioni, le idee con i fatti, le teorie con le pratiche. Tramite CRIET Incontra studiosi, esponenti delle maggiori istituzioni pubbliche e private in Italia, mettono a disposizione le loro conoscenze e i risultati dei progetti di ricerca per poter dare un apporto significativo allo sviluppo sostenibile del territorio, e presentarsi come supporto operativo per lo sviluppo delle economie locali.

L'obiettivo principale di CRIET Incontra è quello di aiutare a spiegare le relazioni che si intrecciano, su un determinato territorio, tra dinamiche delle imprese e dinamiche delle istituzioni affinché esse assumano un ruolo adeguato nell'analisi scientifica e nella valutazione strategica dei singoli decisori.

INFO:
marketing.innovation.hub@unimib.it

ISCRIZIONI:
In presenza
<https://b4m.unimib.it/convegno-content-to-commerce/>
Live streaming
<https://b4m.unimib.it/webinar-content-to-commerce/>

CONTENT TO COMMERCE ALLA RISCOPERTA DEL CONTENUTO PER UNA EFFICACE COMUNICAZIONE DI MARKETING

MILANO 20 settembre 2021
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO-BICOCCA
Aula Magna, Edificio U6
Piazza dell'Ateneo Nuovo 1, Milano
Ore 10.00

L'EVENTO
SI SVOLGERÀ
SIA IN PRESENZA
SIA IN DIRETTA
STREAMING

CRIET
Incontra 2021



CONTENT TO COMMERCE. ALLA RISCOPERTA DEL CONTENUTO PER UNA EFFICACE COMUNICAZIONE DI MARKETING

La rivoluzione digitale intervenuta nella società nell'ultimo decennio ha reso imprenditori e manager maggiormente consapevoli della possibilità di "fare marketing" e della sua importanza anche per PMI e imprese del B2B, imprese tradizionalmente poco avvezze a considerare il marketing come un asset strategico. Tuttavia la loro attenzione si è spesso indirizzata verso il dotarsi di tool e software piuttosto che acquisire competenze di marketing. Il risultato è stato duplice: da un lato, l'introduzione degli strumenti di marketing è stato parziale, spesso più formale che in grado di incidere sui processi aziendali; dall'altro, le attività di comunicazione appaiono essere sostanzialmente omologate e non contestualizzate alle specificità delle singole imprese. È arrivato il momento di avviare una riflessione sul rapporto tra i potenziali vantaggi derivanti dalla digital transformation e la qualità dei contenuti veicolati dalle imprese. Sembra scontato affermare che la tecnologia sia uno dei tool della comunicazione e che da sola non sia sufficiente per un'adeguata comunicazione di marketing. In realtà è molto più complesso da realizzarsi perché a seconda di settore, dimensione e posizionamento desiderato, l'impresa si deve dotare del "giusto" mix di tecnologia, contenuti e competenze.

CRIET, in collaborazione con Spring Studios Ltd e IPSOS, presenta il convegno "Content to Commerce. Alla riscoperta del contenuto per una efficace comunicazione di marketing" nel corso del quale docenti e professionisti del mondo della comunicazione discuteranno su questi temi, presentando i loro punti di vista e best practice, e proponendo soluzioni innovative per comprendere le migliori linee di sviluppo della comunicazione e del marketing.

PROGRAMMA

9.45 ACCREDITAMENTO DEI PARTECIPANTI

10.30 SALUTI ISTITUZIONALI
DARIO CAVENAGO
Direttore Dipartimento
Scienze Economico-Aziendali
e Diritto per l'Economia,
Università di Milano-Bicocca

10.45 MARKETING INNOVATION HUB.
IL NUOVO OSSERVATORIO DI B4M
ALICE MAZZUCHELLI
Ricercatrice,
Università di Milano-Bicocca e CRIET
Coordinatrice,
Osservatorio Marketing Innovation Hub

11.00 TECNOLOGIE, CONTENUTI
E COMPETENZE PER RITROVARE
LA COMUNICAZIONE DI MARKETING
ANGELO DI GREGORIO
Professore ordinario di Management,
Università di Milano-Bicocca
Direttore Scientifico, CRIET
Presidente, Società Italiana di Marketing

11.20 COMICITÀ ED EMPATIA
PER LA COMUNICAZIONE
CONTEMPORANEA
GERMANO LANZONI
Attore, docente, formatore
e *webstar irriverente*

11.40 EXECUTIVE ROUND TABLE
GIUSEPPE STIGLIANO
Global CEO, Spring Studios Ltd

BERNADETTE BEVACQUA
Presidente, Henkel Italia

GIUSEPPINA VIOLANTE
VP EMEA Portfolio & Growth Leader,
Coty

FRANCO BALESTRIERI
Direttore Marketing e Comunicazione,
GVM Care & Research

MODERATORE
NICOLA NERI
CEO, IPSOS Italia

12.30 Q&A

12.45 CONCLUSIONE DEI LAVORI

PER INFORMAZIONI SCRIVERE A
marketing.innovation.hub@unimib.it

