

Con il patrocinio di

SIMtg

Technical Partners

matchplat
MARKET ANALYSIS

lefac.com

QUALIFIER

DeepGlance

RI Retail Institute
ITALY

TC **THINKOPEN**
GROUP

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:
<https://bit.ly/3GodoJZ>

CRIET MarTech Days

**MARTECH,
CONSUMATORI
E MERCATI**

07

**COMPETENZE DIGITALI
E SOLUZIONI ORGANIZZATIVE**

Milano, 1 dicembre 2022
Università degli Studi di Milano-Bicocca
Edificio U4 – Aula Sironi
P.zza della Scienza, 4 Milano
Ore 10:00 - 13:00

L'EVENTO
SI SVOLGERÀ
ANCHE
IN STREAMING

**CRIET
Incontra 2022**



MARTECH, CONSUMATORI E MERCATI

COMPETENZE DIGITALI
E SOLUZIONI ORGANIZZATIVE

Project leader: Alice Mazzucchelli

Gli incontri del Progetto MarTech promossi dall'osservatorio Marketing Innovation Hub hanno permesso di cogliere quanto ampio e rilevante sia il cambiamento tecnologico in atto e, soprattutto, gli effetti che può generare nelle attività e nei processi di marketing. Piattaforme tecnologiche fondate sull'intelligenza artificiale, modalità innovative per individuare partner in un mondo digitale sempre più affollato, sensori per scoprire i concreti comportamenti dei consumatori durante la loro shopping experience, sono solo alcune delle innovazioni che stanno cambiando il modo di fare marketing in azienda.

Il futuro che si intravede è quello di un marketing sempre più strettamente correlato alla tecnologia. L'obiettivo è fornire delle risposte a temi complessi come la necessità di un'adeguata strategia omnicanale che contempererà le esigenze di customer centricity, la razionalizzazione dei processi di marketing grazie anche alla marketing automation, le modalità di ingresso dei brand nei mondi digitali virtuali.

Ma la tecnologia da sola non basta.

È indispensabile anche una chiara visione strategica e uno sviluppo organizzativo in linea con le nuove competenze richieste. Il convegno, partendo dalle considerazioni emerse dal ciclo di incontri promosso da CRIET – Marketing Innovation Hub, propone un confronto fra docenti, professionisti e aziende in merito ai cambiamenti indotti dalla MarTech sia sui processi organizzativi, sia sui mercati e sulle relazioni imprese-consumatori.

PROGRAMMA

10:00 ACCREDITAMENTO DEI PARTECIPANTI

10:20 SALUTI ISTITUZIONALI
GIOVANNA IANNANTUONI
*Rettrice,
Università degli Studi di Milano-Bicocca*

GIANLUCA GREGORI
*Rettore,
Università Politecnica delle Marche*

NICOLA NERI
Chief Executive Officer, IPSOS Italia

10:40 POSITIONING PAPER
ALICE MAZZUCCHELLI
*Professore associato,
Università degli Studi di Milano-Bicocca
e CRIET Senior Research Consultant*

ROBERTO CHIERICI
*Professore associato,
Università degli Studi di Milano-Bicocca
e CRIET Senior Research Consultant*

11:00 MARTECH E CAMBIAMENTO
ORGANIZZATIVO
CARLA MASPERI
Chief Executive Officer, SAP Italia

ANDREA GILBERTI
*Presidente e Chief Executive Officer,
Matchplat*

DAVIDE MARASCO
Head of Digital Strategy, Digital 360

MODERATORE
MARCO PIRONTI
*Professore ordinario,
Università degli Studi di Torino*

11:45 MARTECH, CONSUMATORI E MERCATI
NICOLA SCHIAPPARELLI
*Vice Direttore Generale Commerciale,
Publitalia '80*

FEDERICA USBERTI
*Trade Marketing & Commercial
Excellence Manager, Heineken Italia*

TOMMASO BERTINI
*Direttore Marketing - Corporate & Tour
Operating Division, Alpitour World*

MODERATORE
SEBASTIANO GRANDI
*Professore ordinario,
Università Cattolica del Sacro Cuore*

12:30 CONCLUSIONE DEI LAVORI
ANGELO DI GREGORIO
*Direttore CRIET,
Università degli Studi di Milano-Bicocca
e Presidente Società Italiana Marketing*

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

