

No Conventional, Social, Viral per il Consumatore-Innovatore-Creatore della Next Generation

Milano, 1 Dicembre 2009

*“Il Ruolo del Consumatore, da Semplice Acquirente a Creatore e Innovatore di Prodotto. Integrazione di Nuove Piattaforme come **Crowdsourcing, Augmented Reality, Open Enterprise, Community Management** e Nuovi Strumenti di Viral e Social Marketing”*

Global Networking Strategies riunisce il gotha del marketing in Italia per garantire un'arena di confronto esclusivo sugli ultimi trend di strategie utilizzate. Alla conferenza **No Conventional, Social, Viral per il Consumatore-Innovatore-Creatore della Next Generation**, verranno presentati i case studies più innovativi di no conventional, social e viral marketing. Partendo dalla considerazione che il consumatore della next generation è un soggetto attivo di creazione e innovazione di prodotto che interagisce bidirezionalmente con l'azienda, si analizzeranno le nuove frontiere di comunicazione, acquisizione e fidelizzazione del cliente. Un momento unico per rappresentare sia le grandi che le medie aziende e parlare di Crowd Sourcing, Open Sourcing, Open Enterprise, Augmented Reality, Targeted Substitutional Advertising, per citarne solo alcuni.

Perchè Partecipare:

Analizzare il ruolo del consumatore da acquirente come soggetto passivo a acquirente come creatore e innovatore del prodotto

Capire le nuove piattaforme di marketing quali Crowd Sourcing, Open Sourcing, Open Enterprise

Valutare l'utilizzo delle nuove tecnologie virtuali per l'interazione con il cliente come l'Augmented Reality

Confrontarsi sul mutamento nella Comunicazione Massa VS Target anche con l'introduzione del Targeted Substitutional Advertising

Imparare ad acquisire e fidelizzare il consumatore protagonista della community

Misurare il valore del social networking

Media Partners:



VoiceCom^{news}

Con Esclusive Presentazioni di:

Alex Giordano e Mirko Pallera
Fondatori
Ninjamarketing

Fabio Galetto
Direttore Marketing Fiat 500
Fiat

Stefano Core
Direttore Marketing
TIM

Paolo Lorenzoni
Direttore Marketing
Current TV

Eugenio Perrier
Direttore Marketing
Barilla

Fabrizio Paschina
Responsabile Pubblicità e Web
Intesa Sanpaolo

Luca Colombo
Direttore Marketing
MSN

Gianluca Diegoli
Online Manager
Ducati

Giorgia Longoni
Direttore Marketing
Google

Susanna Fiorucci,
Direttore Marketing
Nestlé Perugina

Andrea Galli
Nestlé Perugina

Pepe Moder
Head of Digital
Barilla

Business Partner:



Global Networking Strategies



Marketing Series

08:30 RegISTRAZIONI e Welcome Coffee**09:00 Apertura dei lavori da Parte dei Chairmen:****Alex Giordano e Mirko Pallera**

Fondatori

Ninjamarketing**IL NUOVO CONSUMATORE: CARATTERISTICHE IN CONTINUA EVOLUZIONE****09:10 OPENING ADDRESS****Le Sfide del Viral Marketing: Esplorare Value, Guile and the Vitality of Viral Strategies**

- Elementi di mutamento delle nuove strategie di viral marketing
- Analisi sulle modalità applicative
- Misurazione delle criticità e dei risultati
- Esempi pratici

Alex Giordano e Mirko Pallera, Fondatori, **Ninjamarketing****09:40 CASE STUDY****Il Green Marketing al Servizio della Sostenibilità Aziendale: Come Creare un'Efficace Campagna di Sensibilizzazione**

- Caratteristiche dell'eco-consumatore: offline vs online
- Il Web 2.0 al servizio del green marketing
- Creare partecipazione, interazione e condivisione con i clienti
- Misurare i risultati

10:20 Caffè e Networking**10:50 CASE STUDY****Open Sourcing e Nuove Piattaforme di No Conventional Strategies per Vincere le Sfide di un Mercato in Forte Evoluzione**

- Dinamiche di utilizzo dell'open sourcing
- Gestione delle informazioni ricevute e elaborazione
- Nuove opportunità di creazione del valore
- Costi e ricavi della comunità e della sua gestione
- Analisi delle criticità

Eugenio Perrera, Direttore Marketing, **Barilla****Pepe Moder**, Head of Digital, **Barilla****11:20 CASE STUDY****Marketing dei Media come Metacomunicazione: tra Audience Engagement e Social Advertising**

- Studio e analisi delle caratteristiche del nuovo consumatore
- Il ruolo del consumatore come soggetto interattivo: analisi dei nuovi trend
- La rivoluzione del social networking e il ruolo fondamentale del network: il trend di Facebook
- Consumatore – Acquirente VS Comunità – Creatore

Paolo Lorenzoni, Direttore Marketing, **Current TV****12:00 PANEL DISCUSSION INTERATTIVA****La Gestione Non Commerciale di una Campagna Marketing**

- Come studiare una campagna marketing vincente senza comparire
- Steps per una gestione efficace
- Il ruolo dei key players

*La Sessione sarà Moderata dal Chair***12:40 Q&A Session con i Relatori della Giornata****13:00 Pranzo e Networking****DA CONSUMATORE PASSIVO A CREATORE E INNOVATORE****14:20 KNOWLEDGE SHARING SESSION****Crowd Sourcing, Open Sourcing, Open Enterprise: Best Practice e Nuovi Approcci**

- Nuove frontiere del marketing non convenzionale al servizio del mutare delle attitudini del consumatore
- Il ruolo del consumatore co-produttore e co-innovatore
- La migliore gestione delle informazioni da parte della community interattiva
- Elementi critici
- Best practices

15:00 EXPERTISE ADDRESS**Marketing & New Trends: Consumers as Creators per Ridisegnare e Innovare un Prodotto su Misura**

- Il ruolo del nuovo consumatore: comunità di amateurs al servizio dei marketers
- La continua innovazione del prodotto e tecniche di volunteering: esempi pratici
- Incentivi e benefici per consumers coinvolti nella realizzazione e innovazione di un prodotto

INTERAGIRE E FIDELIZZARE IL CONSUMATORE DELLA NEXT GENERATION**15:20 CASE STUDY****Creare Valore Attraverso l'Uso Efficace di Twitter**

- Social Networking per anticipare un mondo che cambia: il trend di Twitter
- Creare e rinforzare il proprio branding attraverso il perfetto uso dei canali Web 2.0
- Scoprire una miniera d'oro: estrarre valore dalla conversazione e dal networking bidirezionale
- Monetizzare l'utilizzo di Twitter: metodi e strumenti di misura

15:50 Caffè e Networking**16:10 CASE STUDY****Targeted Substitutional Advertising: Digital Experience e Servizio dell'Interazione con il Cliente**

- Dalla comunicazione di massa alla targettizzazione più precisa: tecniche di utilizzo
- Comunicazione 3D e analisi del nuovo canale di comunicazione
- Costi di realizzazione e tecnologie integrate

16:40 CASE STUDY**Augmented Reality & Tecniche Virtuali come Strumenti di Nuove Frontiere di Comunicazione**

- Analisi e osservazione delle tecniche virtuali per la comunicazione della next generation
- Descrizione delle caratteristiche del consumatore tipo
- Studio di un caso pratico

17:10 CASE STUDY**Creare Sistemi di Misurazione Efficaci per Tecniche e Canali di Comunicazione di Nuova Generazione**

- Strumenti di misurazione per il marketing non convenzionale
- Misurare il Word of Mouth
- Esempi concreti

17:40 PANEL DISCUSSION**Pensare Below the Line per una Campagna Marketing Efficace**

- Below the line – Above the line – Through the line - definizioni in continua evoluzione
- Mass media diventano mezzi di advertising below the line
- Benefici delle tecniche di advertising altamente targettizzate: costi, Roi, misurazione

18:00 Q&A con i Relatori della Giornata**18:10 Conclusioni Finali da parte del Chair**

1 Dicembre 2009

NH Hotel Milano Touring
Via U.I. Tarchetti, 2
www.nh-hotels.com
20121 Milano

www.globalnetworking-group.com

No Conventional Marketing

Booking Line:

Tel: +44 (0) 20 32862736

fax: +44 (0) 20 32921847

Email: info@globalnetworking-group.com

Cortesemente Completate il Form di Registrazione e Inviatelo via Fax allo:

Fax N°: 0044 (0) 20 32921847

Tel N°: 0044 (0) 20 32862736

Email: sales@globalnetworking-group.com

Name

Position

Email

Company

Address

City

County

Tel:

Fax

VAT Numer

Date

Signature

METODI DI PAGAMENTO

Trasferimento Bancario, indirizzato a

Global Networking Strategies LTD:

BARCLAYS -BANK

IBAN: GB47 BARC 2069 1713 6854 38

SWIFT CODE: BARC GB22

Per cortesia indicate **MARKETING** come referenza

COSTO DI REGISTRAZIONE

10% EURO 540 + Vat

Standard Rate EURO 600 + Vat

Suppliers Sector Rate EURO 800 + Vat

Prices are listed per person and include Online Documentation Material, Lunch, Refreshments, Italian Evening Reception and Service Charge.

Online Documentation Material Only Euro 200 + Vat

BUSINESS OPPORTUNITIES

For further business opportunities such as hosting the Evening, Reception, Luncheon, Corporate Dinner, or Exhibiting/Advertising in the Documentation Package:

Tel: + 44 (0) 20 32862736

sponsorship@globalnetworking-group.com

Furthermore custom-made packages are available upon request.

Global Networking Strategies riunisce il gotha del marketing in Italia per garantire un'arena di confronto esclusivo sugli ultimi trend di strategie utilizzate. Alla conferenza **No Conventional, Social, Viral per il Consumatore-Innovatore-Creatore della Next Generation**, verranno presentati i case studies più innovativi di no conventional, social e viral marketing. Partendo dalla considerazione che il consumatore della next generation è un soggetto attivo di creazione e innovazione di prodotto che interagisce bidirezionalmente con l'azienda, si analizzeranno le nuove frontiere di comunicazione, acquisizione e fidelizzazione del cliente. Un momento unico per rappresentare sia le grandi che le medie aziende e parlare di Crowd Sourcing, Open Sourcing, Open Enterprise, Augmented Reality, Targeted Substitutional Advertising, per citarne solo alcuni.

CHI DOVREBBE PARTECIPARE:

Ceo
Presidenti
Vicepresidenti
Direttori Marketing
Product Manager
Brand Managers
Direttori Commerciali
Web Managers
Head of Digital
Online Managers
Pubblicità
Comunicazione

CONDIZIONI CONTRATTUALI

1 Le quote includono materiali, pranzi e pause caffè previsti dal programma.

2 Condizioni di pagamento: a seguito dell'invio del modulo d'iscrizione compilato, il pagamento dovrà essere effettuato entro 5 giorni dal ricevimento della fattura.

3 A causa del numero limitato di posti disponibili, consigliamo di iscriversi in anticipo.

3 Sostituzioni: I delegati possono essere sostituiti fino a 14 giorni prima dalla data dell'evento. Successivamente a tale data, saranno sottoposte ad approvazione.

4 Cancellazioni: Le cancellazioni dovranno pervenire in forma scritta, via e-mail o via fax entro sei (6) settimane prima della data dell'inizio della conferenza, in modo da poter ottenere un credito totale valido per ogni future conferenza Global Networking Strategies. Dopo tale termine di tempo, l'intera quota è assoggettata al pagamento e non può essere rimborsata. Il mancato pagamento o la mancata partecipazione non costituiscono cancellazione

5 Copyright: Tutti i diritti di proprietà intellettuale in tutti i materiali prodotti e distribuiti da Global networking Strategies in concomitanza con quest'evento sono espressamente riservati, ed è proibita ogni duplicazione, pubblicazione o distribuzione.

6 Protezione dei dati: Il cliente conferma di aver richiesto a Global Networking Strategies di conservare i propri dati all'interno dei database ed acconsente Global Networking Strategies ad utilizzare tali dati e di diffonderli a terzi selezionati per la comunicazione di prodotti e di servizi di interesse per il cliente stesso. Qualora il cliente non desideri ricevere tali informazioni preghiamo di informare l'ufficio Global Networking Strategies locale o di inviare un e-mail all'indirizzo clarap@globalnetworking-group.com

7 Global Networking Strategies non e' responsabile per ogni danno causato da cancellazioni o spostamenti dell'evento derivate da cause al di fuori del suo controllo

8 Gli argomenti ed i relatori sono confermati al momento della pubblicazione: per cause non derivanti dalla nostra volonta' potrebbe essere necessario effettuare delle modifiche che verranno sempre aggiornate nel sito web e nella brochure

9 Aspetti legali: Il presente contratto è soggetto alla legislazione inglese e le parti sono soggette alla giurisdizione esclusiva del Foro di Londra. In ogni caso, soltanto Global Networking Strategies ha il diritto di non avvalersi di tale diritto e di sottomettere il contratto alla giurisdizione del foro competente per la sede del cliente

www.globalnetworking-group.com