

07 ottobre 2013

"Business impact from Digital Marketing" Conferenza internazionale di Crazy4digital

Categoria: Sponsorship, Eventi e Award



Una platea di centinaia di manager, responsabili marketing e neolaureati per "Business impact from Digital Marketing", prima conferenza internazionale di Crazy4digital che ha portato sul palco di Unione Confcommercio importanti relatori internazionali provenienti dal mondo accademico, da multinazionali e da aziende di diversi settori, ciascuno con la propria risposta alla domanda che ha posto la Presidente di Crazy4digital, Paola Peretti: il digital marketing e la comunicazione digitale hanno un impatto sul business?

Ha aperto la giornata Bob Rupczynski, Vice President Media, CRM Kraft Foods da Chicago che ha evidenziato come, indipendentemente dal prodotto, l'innovazione sia una leva strategica, all'interno del marketing digitale, in grado di muovere significativamente il business: il ritorno per Kraft Food dalle attività digitali è del + 130% "digital disrupts culture" riassume Rupczynski. Oscar Di Montigny, Direttore Marketing e Comunicazione di Banca Mediolanum, ha portato una riflessione molto apprezzata dal pubblico focalizzata su valori, contenuti, sulla forza delle idee che con il digital possono correre velocemente, e la forza che ognuno di noi in questo momento deve avere per fare, non per aspettare che le cose accadano.

A seguire Robin Teigland, Associate Professor presso la Stockholm School of Economics che ha parlato di crowdfunding, tema affrontato da Crazy4digital anche il giorno prima con un convegno all'Università Bocconi durante il Salone della CSR e IS. Sempre dal mondo accademico il Professore George Kuk dalla Nottingham Business School ha introdotto il tema delle open API come strategia per la social media e mobile industry.

La parola è passata poi all'esperienza delle aziende: Ivana Nenna Brand, Product e Content Digital Marketing di Pirelli Tyre ha spiegato la misurazione dei risultati nel digital, Alessandro Monti Direttore operativo di Feltrinelli Editore ha evidenziato come il ritorno economico non sia garantito in caso di poche risorse e investimenti, José Rallo CEO di [Donnafugata](#) ha portato il vino "elemento sociale per definizione" a diventare protagonista sui social media attraverso lo storytelling della cultura aziendale, Giovanni Locatelli Product e Solution manager di Samsung Italia ha evidenziato come nel digital l'innovazione impatta sull'interazione con l'utente e infine Gianni Armetta presidente e fondatore di Streamit TV insieme a Red Ronnie di RoxyBar TV hanno spiegato come "mettere internet dentro la TV", attraverso contenuti verticali, regali agli utenti, grazie all'interazione digitale di RoxyBarTV, spontaneità, genuinità e la vera anima delle persone.

Una giornata intensa segnata non solo dal confronto con realtà diverse ma anche dalla solidarietà: tutto il ricavato è andato a sostegno del progetto solidale 2012/13 "Dare voce al silenzio" per l'acquisto di iPad per ragazzi autistici della Cooperativa il Seme Onlus che hanno portato il loro saluto e la loro esperienza su come il digital possa davvero migliorare la vita di persone in difficoltà.

A conclusione della conferenza è stato presentato il nuovo progetto solidale di Crazy4 digital per l'anno 2013/14: "Math Melodies" un'applicazione per tablet di supporto ai bambini con disabilità visive nell'apprendimento della matematica, ideata da Sergio Mascetti, Cristian Bernareggi e Andrea Gerino, ricercatori di EveryWare Technologies, spin-off dell'Università degli Studi di Milano.

« [Cantine Settesoli celebra una...](#) [Sugar al fianco delle donne in "WE..."](#) »
 <- [Indietro a: News](#)