

5-6 APRILE 2024
PIACENZA EXPO

PIÙMA

+ Marketing + HR + Competenze Lab

Un evento di formazione per marketing, vendite e risorse umane.



VENERDÌ 5 APRILE Workshop



9.30-10.15

Decalacque Workshop
"Gestire i talenti in modo "sostenibile"
Strategie vincenti per retention ed engagement in azienda"
Gestire i collaboratori aziendali in modo "sostenibile" implica l'integrazione di politiche e pratiche che supportano l'equilibrio tra gli obiettivi aziendali e il benessere dei lavoratori. Ciò facilita l'attraction di talenti e ne consolida l'engagement.



10.30-11.15

Randstad Workshop
"Il lavoro che fa star bene: attrarre i talenti, ingaggiarli e farli crescere sostenendo il cambiamento"
In un contesto di incertezza le persone desiderano sicurezza, ed equilibrio tra vita lavorativa e privata. Analizzeremo quali sono e saranno le sfide per le aziende, e il ruolo del manager oggi, partendo da capire cosa desiderano le persone.



11.30-12.15

Adecco Workshop
"1 azienda, 4 generazioni: La complessità delle organizzazioni aziendali nel 2024"
Nel mondo del lavoro post pandemico niente sembra semplice. Competenze, esigenze, tecnologie, tempi: la gestione di un'organizzazione aziendale è aumentata in complessità. Tra gli elementi di novità, la gestione delle persone: dall'attraction alla retention, le premesse per essere efficaci oggi sono differenti rispetto al passato prossimo. Da quali consapevolezza partire per preservare o aumentare il valore proprio 'capitale umano', vera ricchezza di ogni azienda?



12.30-13.15

Multiconsult Workshop
"Consolidare una cultura aziendale autentica per strutturare un percorso di Employer Branding efficace"
L'intervento che proponiamo offre una panoramica del percorso più efficace per raggiungere obiettivi di crescita duraturi, a partire dalla brand reputation verso tutti gli stakeholder aziendali, comprese le risorse umane attuali e future. Un approccio human-centered è oggi imprescindibile per le aziende di tutte le dimensioni, ma in particolare per le PMI: in un mercato del lavoro competitivo come quello odierno, l'acquisizione e la fidelizzazione dei dipendenti e collaboratori sono fondamentali. Consolidare il proprio brand diviene quindi necessario per attrarre gli attuali e futuri lavoratori e lavoratrici non solo ben qualificati, ma anche allineati con i valori e la cultura dell'azienda. Questo alimenta in maniera strutturata la crescita e la sostenibilità delle PMI, favorendo l'impegno, la fiducia e la produttività dei dipendenti.



13.30-14.15

ART.ER & Cultura d'Impresa Workshop
"Le ultime tendenze dell'head hunting per il recruiting di talenti"
Skills intelligence e opportunità regionali per la valorizzazione e l'attrazione dei talenti - ART-ER Competenze e Territori per l'Innovazione. L'headhunting si sta affermando sempre più come uno degli strumenti più adottati per rispondere alle sfide e alle opportunità presentate dalla rapida evoluzione dell'attuale panorama lavorativo. L'utilizzo delle tecnologie digitali, la flessibilità ed il lavoro remoto, l'attenzione su l'inclusione e sulla diversità, il data-driven recruiting sono solo alcune delle tendenze che verranno affrontate per rendere note le sfide per i "cacciatori di teste" e le opportunità per chi cerca lavoro qualificato.

VENERDÌ 5 APRILE Workshop



14.30-15.15

Studio Riprese Firenze Workshop
"Comunicazione Video per l'empowerment del Brand"
Format video e approcci strategici per potenziare la risonanza del vostro Brand. Sfruttare le potenzialità dell'algorithm ci permette oggi di scalare i contenuti video della nostra azienda. Maggiore awareness significa maggiori facilità nel collezionare lead, un Brand più forte permette di aumentare il delta tra costo e valore percepito del servizio. Durante il Workshop vedremo con esempi pratici come attivare un piano di riconoscibilità social.



15.30-16.15

Value Workshop
"Come strutturare una cultura organizzativa capace di generare innovazione continua"
I mercati non sono mai stati così caotici, complessi, ambigui e imprevedibili. Questo caos produce un risultato feroce: un'accelerazione dell'obsolescenza dei modelli di business. Detta meglio, se prima si campava vent'anni con una buona idea, oggi dopo tre, cinque massimo, la stessa è già superata. C'è solo un modo per sopravvivere a questo: innovare in modo continuativo. Ma questa è una capacità che hanno solo le persone motivate che operano in una precisa cultura organizzativa. L'intervento esplorerà le caratteristiche distintive di questa cultura, perché le persone reagiscono positivamente a essa e come la loro implementazione non sia così complicata come si potrebbe pensare.



16.30-17.15

Confindustria Piacenza e Forpin per le scuole superiori Workshop
"ElevateSkill: Potenziare le competenze per il successo personale e professionale."

SABATO 6 APRILE Workshop



9.30-10.15

Sercom Workshop
"Neurogadget per l'HR - anche il marketing interno è scientifico"
Investire nelle persone è una strategia vincente per molteplici motivi, tutti fondamentali per il successo e la crescita sostenibile di un'azienda. Attraverso materiale brandizzato, kit di benvenuto per l'onboarding e gadget per attività di team building, che riflettono la cultura aziendale, le organizzazioni possono comunicare sia al nuovo arrivato sia alle persone già al loro interno un messaggio chiaro: "Sei importante per noi". Trovare i giusti strumenti per trasmettere questi messaggi è quindi fondamentale; un metodo basato su evidenze scientifiche, in particolare sulle neuroscienze, può venire incontro a questa esigenza e supportare le aziende anche nel dare il giusto valore alle persone che ne fanno parte. Parleremo di questo e molto altro insieme a Francesco Sordi, Founder e AD di Surf the Market e Co-Founder e AD di Build the Forest e partner di Sercom, e Marco Margiotta, nostro Sales & Marketing Director.



10.30-11.15

GI GROUP Workshop
"La mia azienda? È unica!"
Strategie per attrarre i talenti di cui hai bisogno.



11.30-12.15

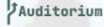
SWITCHUP Workshop
"Tecniche Avanzate per Integrare Marketing e Sales"
Un workshop che permetterà di strutturare un modello di marketing supportato dalla strategia commerciale. Soltanto rendendo Sales e Marketing una squadra coesa si possono ottenere lead in target e migliorare il tasso di chiusura delle trattative commerciali.

ELENCO ESPOSITORI

- RANDSTAD
- SWITCHUP
- CONFINDUSTRIA e FORPIN
- LES EVENEMENT
- GIGROUP
- SANTAFRANCA60
- SERCOM
- ISI INNOVATIVE TECHNOLOGIES
- STUDIO RIPRESE FIRENZE
- INTESI
- MULTICONSULT
- NOON
- ADECCO
- Unicatt Piacenza
- Ainem
- TEM TELEMATICA
- VALUE group
- CULTURA D'IMPRESA
- RED VELVET STUDIO
- ARTER
- DIGITALMECH

VENERDÌ 5 APRILE

9.30-10.15

Federico Ott  Auditorium

“HR Purpose”

-Quali sono i nuovi scenari?
-Il nuovo purpose della funzione HR
-HR portatori di valore: Employee experience
-Supporto al business: attraction, retention, engagement e know how
-Felicità in azienda e Big Bloom: estremi teorici o realtà quotidiane?

Silvia Testa  Arena

“LinkedIn: perché avere una pagina aziendale?”

Dalle relazioni tra i profili personali, si genera una condivisione di contenuti che da valore al brand aziendale aprendo nuove opportunità di business.
LinkedIn, autentico e senza confini territoriali, riflette fedelmente le dinamiche commerciali quotidiane di ogni azienda.

Niccolò Di Vito  Aula B

“I video in ambient marketing per scalare il tuo brand”

Interviste, vox populi, challenge live, gli utenti cercano il fattore umano in un mondo governato sempre più dalle AI. I Brand possono costruire una propria narrazione e scalare la propria visibilità grazie ad operazioni di comunicazione ooh che sfruttino il fattore umano e il vojerismo degli utenti. Tante case History virtuose e una cassetta degli attrezzi pratica per indirizzare la propria comunicazione video.

10.30-11.15

Caterina Garofalo  Auditorium

“Neurowords - come il cervello e la mente dei clienti elaborano le parole della comunicazione”

Viviamo in un mondo di parole, dove trovare le parole giuste che arrivino alla mente e al cuore delle persone è sempre più problematico. Come possiamo scegliere le parole che risuonano per i nostri clienti? Perché le parole sono i principali trigger che influenzano e portano alla scelta? Grazie al neuromarketing e alle neuroscienze applicate possiamo misurare l’impatto cognitivo delle parole della nostra comunicazione e possiamo scoprire quali parole sono più attivanti in 1 secondo e come costruire una nuova grammatica emozionale per una comunicazione efficace.

Laura Credidio  Arena

“Comunicazione Consapevole: dalle Idee alle Azioni”

In questo incontro esploreremo insieme il potere del marketing e della comunicazione come leve per creare valore tangibile per le persone, il territorio e la comunità. Scopriremo come una forte alleanza interna fra vendite e risorse umane possa diventare il fulcro di una strategia di marketing che va oltre il puro profitto, abbracciando principi etici e sostenibili. L’alleanza parte dai valori che condividiamo e dalle parole che scegliamo di usare per raccontare storie coinvolgenti. Le idee diventano parole e si trasformano in azioni. Il marketing consapevole è più di una filosofia aziendale: è un impegno tangibile per il bene delle persone e della società.

Samuel Lo Gioco  Aula B

“Come i piccoli borghi possono essere un esempio di Employee engagement”

Il mindset e la cultura popolare dei Borghi, nelle sue attività comunitarie, possono essere un esempio di attrazione e coinvolgimento attivo dei lavoratori. Durante il talk, in un racconto inedito, faremo un viaggio nei lati più remoti e affascinanti del nostro Belpaese con gli occhi di un HR, per prendere ispirazione da cui far nascere un nuovo modello organizzativo del lavoro che metta al centro l’azienda ed il suo capitale umano.

11.30-12.15

Emanuele Maria Sacchi  Auditorium

“La legge fondamentale della vendita”

La Legge del 3 e come applicarla alla tua attività. La Legge del Confronto in azione: come farsi scegliere. Il nostro cervello esprime giudizi e formula opinioni facendo paragoni e facendo confronti; una vendita è sempre il risultato di un confronto. Vedremo quindi come “aiutare” il cliente a decidere, come guidare una vendita fino alla chiusura e come far percepire il valore del prezzo.

Alessandra Boiardi  Arena

“Raccontare gli eventi aziendali tra content marketing e HR storytelling”

I contenuti sono sempre più importanti per promuovere, raccontare e comunicare al meglio gli eventi prima, durante e dopo. Come l’azienda può sfruttarli al meglio all’esterno e all’interno?

Sara Gigliotti  Aula B

“Employer Branding tra Marketing & HR: Come costruire una strategia di Employer Branding efficace e innovativa per Millenials & Gen Z”
L’Employer Branding sta diventando sempre di più elemento chiave per la riconoscibilità e il successo di un’azienda in un mercato del lavoro in continuo movimento e sempre più competitivo e complesso. Come costruire allora una strategia di attraction coerente alla Gen Z? Come i fondamentali del marketing possono diventare importanti strumenti di successo per costruire l’identità dell’employer?

VENERDÌ 5 APRILE

14.30-15.15

Emanuele Maria Sacchi  Auditorium

“Il codice segreto delle parole”

Un viaggio emozionante attraverso le forme linguistiche più potenti e persuasive e quelle invece assolutamente da evitare. Non solo quando siamo in presenza, ma anche quando comunichiamo via mail, in video-call o anche con un whatsapp, L’utilizzo intelligente delle parole può fare la differenza, evitando frasi killer e frasi boomerang e utilizzando invece le forme più persuasive di Linguistica Cognitiva.

Andrea Favaretto  Arena

“La zona di massimo rendimento. La concretezza del coaching nella tua attività.”

Parole come piacere, benessere, qualità di vita, sono sempre tra le più ricercate. Ma spesso, nonostante anni di lotte, sacrifici e lacrime, di azioni che ci portano «oltre il limite», nonostante anni di “prima il dovere e poi il piacere”, il «successo» sembra un miraggio a cui pochi possono accedere. Però ci sono persone alle quali i risultati arrivano costantemente e con semplicità! Perché ad altri no? Perché tutta questa fatica? Ed è proprio vero che, ciò che vogliamo, deve essere raggiunto con sforzo, sofferenza, rinuncia?

Vincenzo Russo  Aula B

“Neuro Wine - il neuromarketing applicato al settore enologico”

Uno delle innovazioni più interessanti nel settore enologico è l’applicazione del neuromarketing. Grazie alle sue ricerche è possibile approfondire l’influenza emozionale delle etichette sulle decisioni, oppure l’importanza del suono del tappo come richiamo ad esperienze precedenti, e altri elementi chiave che vanno oltre il gusto nel plasmare le decisioni di acquisto dei consumatori. L’analisi di neuromarketing consente di scoprire che il vino non è solo una questione di sapore, ma soprattutto di connessioni sensoriali ed emotive che possono essere verificate, misurate e utilizzate per la strategia aziendale.

15.30-16.15

Edoardo Fornari  Auditorium

“Marketing omnicanaale: dall’e-commerce all’AI”

Le tecnologie digitali hanno aperto, per le imprese, numerose nuove opportunità per il miglioramento della relazione con i clienti/consumatori, con la possibilità di rafforzare gli elementi di distintività e di identità aziendale rispetto ai concorrenti. Tuttavia, ciò richiede l’acquisizione di nuove competenze e l’accettazione delle sfide della “omnicanalità”, come l’integrazione tra canali di vendita “fisici” e virtuali” e la gestione di diversi touch point di interazione con il mercato.

Flaviano Celaschi  Arena

“Innovazione di prodotto e narrazione: comunicazione o funzionalità?”

Siamo davvero convinti che si progetta un’innovazione e solo dopo si chiama un’agenzia per veicolare il valore verso un mercato? In questo speech si proporrà di guardare il processo di narrazione dell’innovazione come un tragitto che si deve percorrere parallelamente a quello dell’innovazione stessa perché è funzionale al suo raggiungimento. Ciò genera valore dentro e fuori dall’organizzazione.

Paolo Balestra  Aula B

“Processi aziendali e Persone. È sfida tra due aziende a confronto. Chi vincerà?”

Due PMI: una senza e una con Processi aziendali. Sulla linea di partenza in un confronto serrato nel tempo, dal momento della fondazione a dieci anni. Quali impatti nella gestione aziendale? E quali nella gestione delle Persone? Chi vincerà?

16.30-17.15

Emanuele Ferrari  Auditorium

“TRADIZIONE E SOCIAL MEDIA: due mondi distanti?”

Un connubio affascinante tra tradizione e piattaforme digitali, partendo dal linguaggio che conosce meglio: il cibo. Quello che è iniziato come un viaggio attraverso la riscoperta delle tradizioni più autentiche si è tramutato in una serie di scoperte che hanno portato Emanuele a riconoscere la bellezza dei sapori locali, dei ricordi, dell’evoluzione che anche i piatti più tradizionali hanno all’interno di un nucleo familiare.La sua missione principale è portare i “Sapori di Casa” sul social network e raccontare il lato più umano del food, dando importanza allo storytelling e alla creazione di emozioni reali.

Eleonora Saladino  Arena

“Neuromanagement al lavoro: le leve per potenziare le performance individuali e aziendali”

Le continue e crescenti sfide del mondo del lavoro richiedono strumenti organizzativi sempre più precisi e potenti. Il Neuromanagement, che coniuga le esigenze organizzative aziendali con le ricerche neuroscientifiche, fornisce una cornice di sviluppo valida e affidabile per gestire le risorse del capitale umano odierno.

Francesco De Nobili Aula B

“LinkedIn Ads: il migliore alleato per Marketing, Vendite e Risorse Umane”

Se ti hanno detto che “fare pubblicità su LinkedIn ads è costoso” o che “i costi per click sono alti” forse hai parlato con persone che non sanno utilizzare sul serio la piattaforma LinkedIn advertising. La realtà è che per le aziende B2B che sono cresciute di più quest’anno, LinkedIn ads è la prima voce di budget pubblicitario, ma non solo per il budget marketing, ma sempre di più per i commerciali (e anche per le risorse umane). Vedremo come ottenere il massimo da questo strumento e come integrarlo tra i diversi reparti.

SABATO 6 APRILE

9.30-10.15

Simone Sorte  Auditorium

“Come emergere nel caos dei Social Network”

I Social Network sono una grande opportunità per aziende e professionisti, ma questo mercato è sempre più saturo ed emergere è sempre più complicato. Abbiamo bisogno di distinguerci dal costante rumore di fondo di queste piattaforme, e per farlo serve creare una strategia basata su dei contenuti efficaci, capaci di creare relazioni con le persone e farle sentire parte di una community. Attraverso il caso studio di Digital flow analizzeremo un framework di lavoro che metta qualsiasi azienda nelle condizioni di costruire la propria strategia, permettendo di raggiungere dei risultati e trasformare i Social in dei veri e propri strumenti di marketing per il proprio business.

Sonia Gentile  Arena

“Sviluppa il tuo potenziale: strumenti pratici per dare una svolta alla tua carriera!”

Sei pronto a prendere in mano il tuo futuro professionale? Attraverso questo webinar ti racconterò le strategie vincenti e ti consegnerò gli strumenti pratici per mettere le basi e raggiungere i tuoi obiettivi professionali.

Alessandro Frè Aula B

“Sales revolution: nuovi scenari e...come affrontarli”

Le domande a cui rispondere: Quali sono i nuovi scenari che rivoluzionano il mondo delle vendite? Quali le caratteristiche del venditore efficace del futuro?

Quali le nuove sfide commerciali da affrontare e come poterle vincere? Come generare valore agli occhi del cliente con un prodotto? Come guidare i venditori verso risultati ambiziosi?

10.30-11.15

Giulio Drei  Auditorium

“OKR e risorse umane: L’organizzazione per obiettivi che accelera la performance aziendale”

In un contesto aziendale in continua evoluzione, gli Obiettivi e Risultati Chiave (OKR) rappresentano una leva strategica per potenziare le risorse umane e stimolare la crescita in aree chiave quali ad esempio marketing, vendite e risorse umane. Questo speech evidenzia il ruolo trasformativo degli OKR, mostrando come permettano di aumentare le performance aziendali e personali grazie a una definizione congiunta e condivisa degli obiettivi. Esploreremo esempi pratici dell’applicazione degli OKR in azienda e offrire spunti per la loro implementazione efficace.

Deborah Ghisolfi  Arena

“I fili invisibili del successo: come creare trame vincenti grazie al Lavoro di Squadra - Una pratica implementazione dell’Agile Marketing per HR, Marketers e Team di Vendita”

In un mondo in costante evoluzione, l’organizzazione del lavoro è la chiave per il successo. Unisciti a me in un viaggio avvincente e concreto che parla di Agile e di come questa metodologia trasforma il lavoro di squadra, plasmando una cultura aziendale vincente che alimenta la crescita nelle vendite. Ci immergeremo in esperienze concrete e attività operative che potrai applicare subito dal giorno dopo. Preparati a scoprire come i fili invisibili dell’Agile Marketing possono trasformare il tuo approccio al lavoro, portando il successo al centro della tua strategia organizzativa.

Laura Copelli Aula B

“Testi SEO o no SEO?”

In questo speech si metteranno a confronto testi scritti in chiave SEO con testi scritti da copywriter senza competenze SEO. 2 blog con 34 articoli pubblicati su ognuno, con dati precisi e scrittura in chiave SEO.

11.30-12.15

Francesco Gallucci  Auditorium

“Beyond Visual Attention - come i clienti vedono ed elaborano gli stimoli di marketing”

Il contesto attuale è in hyper information overload in cui l’offerta di stimoli visivi di marketing cresce in modo esponenziale e l’attenzione è una risorsa sempre più scarsa. Beyond Visual Attention propone, attraverso la ricerca di neuromarketing, una prospettiva più ampia dell’attenzione che aggiunge alle diverse modalità di percezione della vista, anche l’attenzione della mente, perché crea interesse sui contenuti ed engagement, e del corpo perché innesca anche reazioni emozionali. Quindi esiste una strategia dell’attenzione che coinvolge cervello mente e corpo, e dobbiamo conoscerla per rendere efficaci i nostri messaggi.

Cristina Maccarrone  Arena

“Tra brand journalism, content marketing e social media: comunicare l’azienda oggi”

Può un’azienda diventare editrice, dando vita a un magazine? E quando, invece, è meglio puntare su un blog aziendale? Quali sono le differenze tra i due contenitori e quali sono gli obiettivi? E in tutto questo quale ruolo hanno i social media, sempre più in preda a shitstorm e a buzz che spesso porta a poco? In questo intervento analizzeremo consonanze e differenze tra brand journalism e content marketing guardando al ruolo dei social oggi.

Maria Micoli  Aula B

“Dal Recruiting alla Talent Acquisition: la vera sfida delle aziende”

Nella mia presentazione, partirò dalla mia esperienza personale per introdurre il tema del cambiamento nelle aziende e spiegherò perché è fondamentale che queste si adattino per sostenere i professionisti HR nella ricerca e selezione dei candidati. Il passaggio da un’attività tradizionale a una più strategica è inevitabile.

SABATO 6 APRILE

14.30-15.15

Maria Letizia Russo  Auditorium

“Social selling e Lead Generation con LINKEDIN SALES NAVIGATOR”

Grazie all’account Premium di LinkedIn, Sales Navigator, i commerciali delle aziende B2B possono generare lead qualificati in totale autonomia.

Dotato di un potete motore di ricerca con filtri avanzati e utilizzo di chiavi di ricerca con operatori Booleani (AND, OR, NOT), Sales Navigator per chi non lo conosce è un costoso account premium di LinkedIn, in realtà è un ottimo investimento per ogni tipologia di azienda, dalla PMI alla Multinazionale per generare lead qualificati, salvarli e contattarli direttamente da LinkedIn.

Raja  Arena

“Marketing Olistico: valorizzare e vendere dentro e fuori l’azienda”

Esplora il potenziale della comunicazione integrata nel marketing, sia esterna che interna, scoprendo il ruolo cross funzionale del marketing nel valorizzare ed amplificare le altre attività aziendali. Conosci le tue buyer personas, siano essi clienti o collaboratori, ed individua gli strumenti per una comunicazione differenziata, incorporando obiettivi strategici mirati e misurabili.

Matteo Gazzarri  Aula B

“Abbecedario della video creatività per i social content (e non solo)”

Dalla A di AI e ASMR alla V di VFX e Vox Populi passando per Creators, Format, Hero Journey, Multi Output, Podcast, Tone of voice. Sul grande palco delle piattaforme social i video sono il principale contenuto da produrre, a ciclo continuo, e la creatività è sempre alla corda. I trend da copiare sono la risposta delle piattaforma, ma eh! non tutti i trend sono buoni per il tuo brand! Per trovare il proprio posto nel mondo serve creatività, qualità e utilità, da ricercare tra format evergreen, topic narrativi e visual technique ad effetto wow, in un gioco in cui ogni mezzo vale, anche le facilitazioni delle AI. Un abbecedario come una bussola, per muoversi tra marketing e video production e scoprire che la creatività non crea niente di originale, ma in un remix continuo può dar vita a meravigliosi pezzi unici.

15.30-16.15

Francesco Sorichetti Auditorium

“La professionalità nella voce”

La vendita, la formazione, tutte le relazioni e gli incontri di lavoro passano attraverso la voce. Il suono della voce accompagna sempre i contenuti e i prodotti. Può un professionista ignorare la voce? -Usare bene la voce è segno di professionalità, alza la qualità della comunicazione. -Lavorare sulla voce stimola una conoscenza più profonda di se stessi. -La voce ci rappresenta in ogni momento della nostra vita professionale.

Alice Siracusano  Arena

“Dalla gestione del potere alla gestione della reputazione aziendale: le risorse umane al servizio della comunicazione”

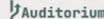
Il tipo di cultura del potere esistente in una azienda ne determina le dinamiche relazionali e queste a loro volta definiscono come e quanto le persone all’interno delle divisioni e tra divisioni diverse possono collaborare e comunicare. Nel mio intervento approfondirò le implicazioni sulla comunicazione aziendale della gestione del personale e come questo può condizionare la reputazione aziendale.

Giovanni Frenda  Aula B

“Fotografia nel Mondo Digitale: Un Viaggio tra Immagini e Comunicazione Online”

L’evoluzione digitale ha trasformato radicalmente il modo in cui percepiamo e condividiamo le immagini. Nel mio intervento, esplorerò il connubio tra fotografia e comunicazione sui social media. Analizzeremo come l’estetica visiva influenzi l’engagement online e come la fotografia possa essere un potente strumento per comunicare efficacemente su piattaforme digitali. Esamineremo l’impatto della fotografia nella costruzione di narrazioni digitali coinvolgenti.

16.30-17.15

Franca Cantoni  Auditorium

“Cottivare le human skills nell’era digitale”

Nell’era dell’Intelligenza Artificiale, le human skills risultano a volte messe in secondo piano o non correttamente valorizzate. L’incontro mira a riaccendere i riflettori su queste abilità umane fondamentali, esplorando come le skills personali e interpersonali possano diventare la chiave di volta per un successo duraturo e relazioni significative nel tessuto sociale e professionale del mondo contemporaneo.

Daniele Marzaroli  Arena

“Perché il marketing deve guidare le vendite”

Un viaggio degli ultimi anni di una direzione commerciale che scopre il vero ruolo del marketing per costruire un metodo di sviluppo sostenibile, imprimere velocità al sistema e riposizionare il brand.

Roberto Gerosa  Aula B

“Food Marketing: la Guerra del Sushi”

Cosa ho imparato del Food Marketing in questi 10 anni da “Sushi Social Media Manager”
Dieci anni di social media marketing nel campo del food e del sushi mi hanno portato a fare alcune riflessioni sulla qualità dei contenuti, sulla gestione delle recensioni, sull’importanza dei reel, sul ruolo degli influencer e su tanto altro ancora.

HR MARKETING SALES

HR MARKETING SALES

HR MARKETING SALES

HR MARKETING SALES