

**“Be-Wizard!”:  
Rimini al centro  
del dibattito sul web**

Rimini al centro del dibattito sul web con il “Be-Wizard!” che ha acceso i riflettori, sui grandi new trend on line del 2014 con gli interventi ieri mattina di David Meerman Scott, Avinash Kaushik, Greg Jarboe e Justin Cutroni che hanno aperto la sesta edizione, preceduti dal saluto di Enrico Pozzi Direttore Commerciale di Titanka. Questi i megatrend digitali per il 2014 emersi negli interventi d’apertura, come sintetizzano gli organizzatori della kermesse: acquisire un’attitudine real time è fondamentale oggi sia per comunicare con il mercato, permettendo alle proprie risorse umane un’interazione immediata in tempo reale, che per monitorare cosa accade in rete. La parola d’ordine è agire ora: “Nel mondo,



oggi, ci sono più persone che hanno un dispositivo mobile di quante hanno acqua corrente in casa” ha dichiarato David Meerman Scott “e il futuro è nel mobile wearable”. Il trend è stato confermato anche da Justin Cutroni (Google): “Entro il 2017 aumenterà la spesa per la tecnologia perché il mondo digitale è denso e pieno di informazioni sul mercato che arrivano alle aziende in tempo reale e per questo lo scenario del business è destinato a cambiare presto”. Dai dati alle persone: la strategia del re-

sponsive è superata” secondo Avinash Kaushik “oggi è tempo di contestualizzare in base agli utenti e al contesto in cui utilizzano i dispositivi mobili in tempo reale. Occorre creare report non più sulle visite e sul tempo di permanenza su un sito, dati che non sono garanzia di conversione commerciale, ma è fondamentale creare report sulle persone per definire segmenti specifici tra i propri utenti per strutturare i contenuti di marketing e comunicazione mirati.” Anche all’interno delle imprese sono fondamentali le persone “Cercate persone prima che strumenti” ha suggerito Justin Cutroni di Google “perché sono le persone a darvi le soluzioni e a identificare i processi corretti per gestire l’analisi dei dati e ragionare sulle strategie perché le cose in ambito web cambiano continuamente e rapidamente. Pensare ai soggetti è la chiave”.

