

Profilare online l'utente perfetto I guru del marketing arrivano a Rimini

Da venerdì a sabato al Palacongressi di Rimini torna «Be Wizard!», la kermesse per scoprire la comunicazione del futuro. Quest'anno focus su contenuti personalizzati e food

Chi sono



● Chris Anderson della Cornell university

● Mathew Sweezey, responsabile di Salesforce

Una full-immersion alla scoperta di tutti i segreti del web marketing seguiti passo per passo da 62 esperti, e da quattro guru del settore arrivati appositamente in Italia da America e Inghilterra. È l'ottava edizione di «Be-Wizard!», la due giorni di formazione continua — in programma al Palacongressi di Rimini il 15 e il 16 aprile, e di cui Corriere Imprese è media partner — dedicata al mondo del digitale e del business. E in particolare al fenomeno dell'automazione, esplosa nel 2015 e intesa come uno studio di sistemi che consentono, attraverso l'uso di particolari software, di tracciare ritratti digitali per ogni singolo utente, incluse preferenze e abitudini, ed offrire così contenuti iper-personalizzati.

«Questo in particolare è un fenomeno in crescita e consente l'incremento della produttività all'interno di ogni azienda. Di fatto le macchine non sono altro che strumenti a servizio delle persone, ci riscattano dai "lavori da scimmie" e ci permettono di



Platea Avinash Kaushik, digital marketing evangelist per Google, a una delle precedenti edizioni di Be Wizard!

svolgere lavori intelligenti» sottolinea Paolo Zanzoterra di ShinyStat, un'azienda che si occupa di statistica e benchmarking, che il 15 aprile aprirà la due giorni.

Ad assistere a conferenze e laboratori mirati su varie tematiche, dal food al turismo declinati in chiave digitale, sono attesi im-

prenditori, manager, operatori, blogger e tutti gli interessati al settore della comunicazione e del web marketing. Mentre a parlare dei grandi trend del momento ci saranno quattro big internazionali. Da Peter Fisk, autore di «Gamechangers», ceo di GeniusWorks e docente alla Business School a Madrid, a

Gary Angel considerato dagli addetti ai lavori uno dei maggiori esperti di digital measurement al mondo. Chris Anderson della Cornell university, invece, nella sessione incentrata sul turismo racconterà come si acquisisce e come si è evoluta la domanda negli ultimi vent'anni, analizzando sfide e opportunità legate all'oggi. Mathew Sweezey, responsabile marketing di Salesforce, illustrerà infine come usare le automazioni per creare esperienze autentiche in grado di distinguersi.

Ai temi affrontati quest'anno nelle consuete sessioni specialistiche del pomeriggio — l'accoglienza 2.0 (Welcoming cities), il turismo, l'e-commerce e le tecniche avanzate per webmaster — si aggiungerà anche il cibo, diventato a tutti gli effetti uno degli argomenti più popolari in rete. Solo al food in Italia sono infatti dedicati 25.000 blog e 100 siti web. Così a raccontare tutto quanto c'è da sapere su come comunicare al meglio il mangiar bene sul web o su come aumentare i clienti nel proprio locale, ci

saranno 14 esperti del campo, coordinati da Nicoletta Polliotto, docente di Social media marketing alla Luiss business school.

«Tra i cinque grandi trend di digital food marketing — spiega l'esperta — ci sono, da un lato, la prenotazione online dei ristoranti e, dall'altro, il servizio di consegna a domicilio tramite piattaforme web. Le forme di condivisione di competenze legate a questo tema, come chef on demand o cooking class, sono figlie della sharing economy e stanno modificando i modelli di ristorazione, sia locali che globali».

Si discuterà poi anche di food design, ovvero del valore dell'estetica del cibo nel marketing, con Sonia Massari, docente del politecnico di Milano. E ancora del ruolo della rete nella ricerca di locali vicini alla propria posizione attraverso app e piattaforme sociali, assieme a Luca Bove, coautore di «Ingredienti di digital marketing per la ristorazione».

Francesca Candioli
© RIPRODUZIONE RISERVATA