



BE-Wizard! 2015 il palco dei guru del marketing

Apertura BE-Wizard! 2014 -Sul palco Enrico Pozzi, presidente di TITANKA! Spa, azienda organizzatrice dell'evento

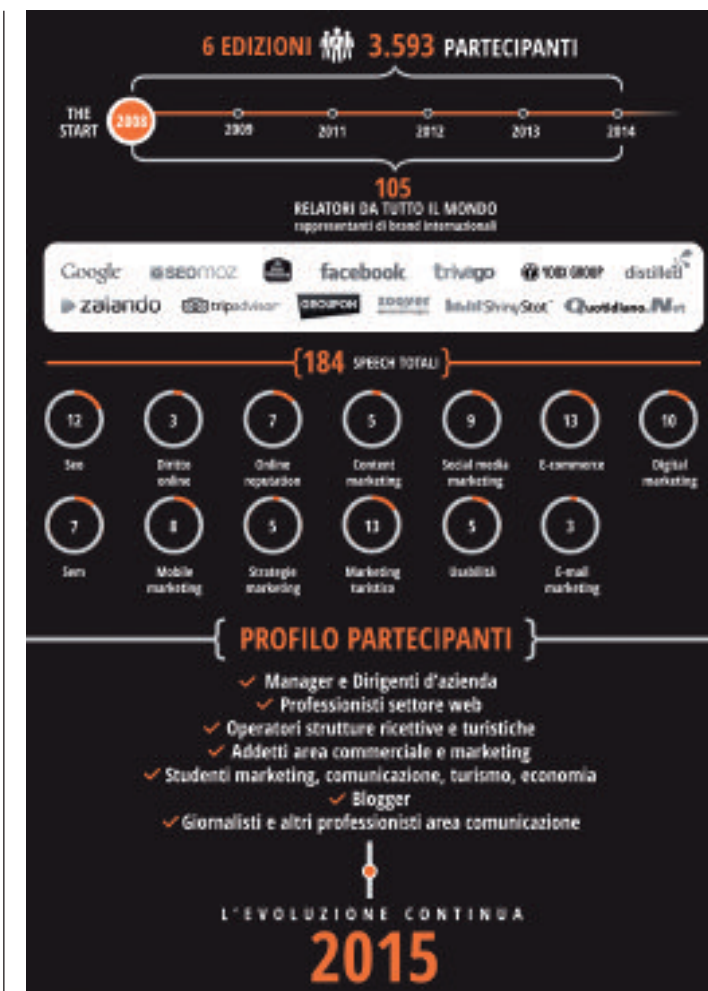
Torna BE-Wizard! l'evento internazionale di Web Marketing con un'edizione ispirata allo Human to Human Marketing. Appuntamento il 20 e 21 marzo 2015 al Palacongressi di Rimini

◆ Giulia Broggi

Con sei edizioni di successo e la settima in programma a Rimini il prossimo 20 e 21 marzo, l'evento internazionale di web marketing BE-Wizard! si attesta come uno dei momenti formativi più attesi per aziende, operatori turistici, e professionisti del settore web e marketing in Italia. Il punto di forza di BE-Wizard!, che lo rende un evento unico nel panorama formativo nazionale, è da sempre la qualità dei contenuti e la capacità di fornire nozioni immediatamente applicabili nella strategia e nella pratica di chi investe o si occupa di promozione e comunicazione online. L'appuntamento, organizzato dalla Web Company TITANKA!, si caratterizza per la presenza di speakers nazionali ed interna-

zionali di massimo rilievo e di evangelist di brand di fama mondiale. Nel corso degli anni sono saliti sul palco riminese alcune delle menti più brillanti della comunicazione e del business online, rappresentanti di aziende quali Google, Facebook, Groupon, ShinyStat, Trivago, Best Western e molti altri. Le due giornate che compongono l'evento propongono sessioni specializzate rivolte a chi si occupa del settore travel e turismo, alle aziende che investono in e-commerce, agli addetti alla promozione territoriale e ad esperti e tecnici del settore che vogliono aggiornarsi sugli strumenti del mestiere e sulle tecniche di web marketing più all'avanguardia.

Come nelle precedenti edizioni è stato scelto un leitmotiv che caratterizza le due giornate di studio: per l'edizione 2015 l'ispirazione è venuta dall'esperto di marketing Bryan Kramer, autore del libro Human to Human Marketing, uscito da meno di un anno e già adottato da importanti brand internazionali come testo di riferimento per la comunicazione aziendale. La teoria di Kramer parte da una constatazione: non dovremmo pensare a modelli di comunicazione e marketing differenti per relazioni Business to Business e Business to Consumer, dovremmo pensare in termini di Human to Human. Scrive Kramer: «Il concetto di eliminare le barriere nel marketing non è certo nuovo. Da anni ripetiamo alle nostre agenzie che quello di segmentare i clienti sulla base della loro propensione business o consumer è un approccio non naturale e davvero poco intuitivo. Dovevamo restituire umanità alla comunicazione, e infarcirla di imperfe-



zione, empatia e semplicità. Credo che in molti abbiano avuto la mia stessa intuizione, quella di dover fare appello alla parte più vera ed autentica di ognuno. Ecco cosa ha ispirato il concetto H2H». Bryan Kramer è uno degli attesissimi ospiti di BE-Wizard! 2015, insieme a lui Justin Cutroni, Google analytics evangelist, Jamil Ouazzani, esperto di web intelligence, Paolo Zanzottera, digital evangelist, e molti altri importanti relatori. Sul sito ufficiale dell'evento www.be-wizard.com è disponibile il programma completo e tutte le informazioni per iscriversi al BE-Wizard! 2015.



Bryan Kramer e copertina del suo ultimo libro