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 della società.

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 strumento di successo per costruire l'identità dell'employer?

HR MARKETING SALES

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?

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.

15.30-16.15

Edoardo Fornari — Auditorium

"Marketing omnicanale: 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 veicolarne il valore verso un mercato?
In questo speach 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 famigliare.La sua missione principale è portare i "Sapori di Casa" sui 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.

HR MARKETING SALES

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

"Employer Branding & Content creation: perchè le aziende ne hanno bisogno?"
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.

HR MARKETING SALES

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.

Rajapack — 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 ehi! non tutti i trend sono sono buoni per il tuo brand! Per trovare il proprio posto nel mondo serve creatività, qualità e utilità, da ricercare tra format evergreen, topici narrativi e visual technique ad effetto wow, in un gioco in cui ogni mezzo vale, anche le faclitazioni 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.

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.

16.30-17.15

Franca Cantoni — Auditorium

"Coltivare 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