



MARTEDI'

24 SETTEMBRE 2019

Dalle 9:30 alle 11:00

Relatore



Giorgio Argentieri

Digital Marketing Director di Triboo ha lavorato all'interno di alcuni dei più importanti gruppi internazionali di comunicazione gestendo strategie e campagne digitali di importanti Brand.

In Triboo gestisce il team che ha come obiettivo l'incremento della la visibilità, del traffico qualificato e delle vendite dei siti ed e-commerce del Gruppo.

Tra i tantissimi partner gestisce il marketing digitale di: Moschino, Woolrich, Piquadro, Yamamay, Carpisa, Luisa Spagnoli e molti altri.

Formazione Tecnico Operativa

DIGITAL MARKETING, SOCIAL MEDIA STRATEGY, MARKET PLACE, INTERNAZIONALIZZAZIONE.

Il mondo digitale e i suoi strumenti sono entrati nella quotidianità di tutti e nelle strategie di qualsiasi impresa, ente o istituzione.

Per gestire una comunicazione e una presenza omnicanale sono necessarie varie competenze e molta expertise. E' necessario padroneggiare i principi e le tecniche che permettono il posizionamento ottimale sia sui motori di ricerca, sia sui social network, una pianificazione che consenta di veicolare e amplificare la risonanza dei contenuti e dei messaggi all'interno del web.

Molto importante è la fase di analisi in cui bisogna saper misurare e interpretare tutti i risultati e i dati che transitano dai vari tool di analytics.

Per essere un digital manager di successo bisogna aver sempre lo sguardo sul futuro, sull'innovazione tecnologica e sociale, trovando gli sviluppi applicativi per il proprio business.

PRIMA PARTE DEL PROGRAMMA

Digital Marketing e Digital Transformation: Dai motori di ricerca all'avvento del 5G.

Contenuti principali

- **Mondo digitale: numeri e contesto**
- **Digital Marketing: Strategie e Canali a supporto degli obiettivi di marketing**
- **Modelli di misurazione dei risultati**
- **Trend e nuove tecnologie**

MARTEDI'
24 SETTEMBRE
2019

Dalle 11:15 alle 12:45

SECONDA PARTE DEL PROGRAMMA

Cina: dai Social all'E-commerce.
Tutte le tendenze Digital del 2019 da conoscere

Relatore



Cecilia Lorusso
Specializzata in Marketing Internazionale, Cecilia Lorusso ha studiato lingue e culture straniere per anni, per poi concentrarsi sulla loro applicazione nel commercio internazionale. Oggi è Account Manager in Triboo East Media, entusiasta di poter aiutare le aziende italiane ad avere successo in Cina e Russia. Tra i suoi clienti marchi fashion (Zanotti, Kiton, Il Gufo), di arredo (Minotti, Living Divani, Flou) ma anche numerose PMI di altri settori.

La Cina è il primo paese per utenti web e volumi di vendite e-commerce. Su una popolazione di 1,4 miliardi di persone, sono 800 i milioni di cinesi connessi.

Oltre alla lingua, però, l'utente cinese presenta abitudini e aspettative diverse da quello occidentale. I canali di diffusione web (motori di ricerca, social media, marketplace) sono differenti: Google, Amazon e Facebook lasciano spazio a piattaforme locali di enorme diffusione quali WeChat, Weibo, Alibaba e Tmall. Come e dove impostare correttamente la proposta strategia di marketing digitale?

Contenuti principali

- ***Digital Marketing in Cina: Digital Marketing, Social e Marketplace***
- ***Social Media in Cina: i colossi WeChat e Weibo***
- ***Le piattaforme emergenti Social***
- ***Marketplace in Cina: Alibaba, Tmall, Jd e il Social Commerce***

Destinatari

Giornalisti, redattori, responsabili marketing, digital manager

Durata singolo corso

1/2 giornata (09.30-13.00)

Prezzo non Soci

99 € + Iva

Chiusura iscrizioni: 23/09/2019