

Approfondimento su di un nuovo paradigma di marketing che mette sempre di più al centro il consumatore e la multicanalità

## Convegno "Marketing Reloaded"



"Marketing Reloaded: slogan o vero cambiamento?" è il tema del convegno organizzato dalla School of Management del Politecnico di Milano a Milano il 30 marzo. L'incontro vuole analizzare e offrire spunti di riflessione a imprese e attori del settore, su un nuovo paradigma di marketing, appunto il "Marketing Reloaded", fondato sulla necessità per i marketing manager di co-creare un'esperienza di marca personalizzata con il cliente, governare il fenomeno delle comunità di clienti, gestire una politica di marca sempre più interattiva e multicanale, rivedere il communication mix verso nuovi media controllati e gestiti dagli utenti. Sempre più multicanalità e multimedialità, insomma, sempre più interconnessione, sempre più coinvolgimento del cliente/consumatore. Tematiche contenute anche nel libro omonimo, "Marketing Reloaded", pubblicato da Il Sole 24 Ore, che verrà presentato durante il convegno presieduto da Umberto Bertelè, Presidente della School of Management del Politecnico di Milano. "Verso il Marketing Reloaded:

scenario, strumenti e casi di successo" è il tema che verrà affrontato a partire dalle 9.30. Interverranno: Daniele Somavilla, Vice President South Europe di Nielsen//NetRatings ("Web 2.0: lo scenario italiano e internazionale"); Concetta Galante, Senior Client Team Manager di ACNielsen Italia ("Il nuovo consumatore di oggi: tra tradizione e multicanalità"); Giuliano Noci, Ordinario di Marketing al Politecnico di Milano ("Marketing Reloaded: pillola rossa o pillola blu?"); Giovanni Pola, Business Manager di Connexia ("Comunicazione innovativa: rischi e modelli di successo").

Seguirà, alle 11, la tavola rotonda dal titolo "Marketing e tecnologia: un binomio vincente?", moderata da Massimo Esposti, Redattore Capo Centrale de Il Sole 24 Ore del Lunedì. Interverranno: Arturo Dell'Acqua Bellavitis, Direttore del Dipartimento di Industrial Design, Arti, Comunicazione e Moda del Politecnico di Milano; Pietro Dotti, Presidente e Amministratore Delegato di JWT Italia; Franco Giacomazzi, Presidente, AISM - Associa-

zione Italiana Marketing; Paolo Paolini, Direttore di HOC-Lab (Hypermedia Open Center) del Politecnico di Milano; Pietro Scott Jovane, Country Manager di Microsoft Online Services Group in Italia; Cesare Valli, President & CEO di Hill & Knowlton, Mediterranean Region.

La partecipazione al convegno è gratuita. Si prega di dare conferma registrandosi al sito [www.mip.polimi.it/reloaded](http://www.mip.polimi.it/reloaded). La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti e circa 80 fra dottorandi e collaboratori, dal 2003 accoglie le attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi dell'economia, del management e dell'industrial engineering. Fanno parte della Scuola il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e il MIP, la Business School del Politecnico di Milano.

### MARKETING RELOADED

Aula Rogers - Politecnico  
Via Ampere 2, Milano  
A partire dalle ore 9  
Per info: tel. 02.23997391