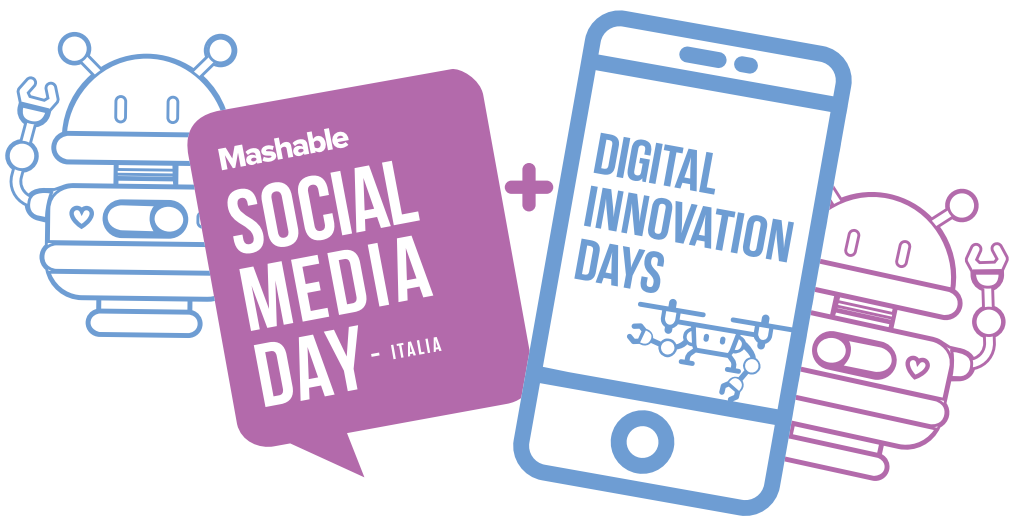
18-19-20
OTTOBRE

L'EVENTO PIÙ ATTESO

#SMDAYIT



2018

#DIDAYS

DAL MONDO DIGITAL

http://mashablesocialmediaday.it/

socialmediadayit@gmail.com

Graphic design by GLOOMY STROKE

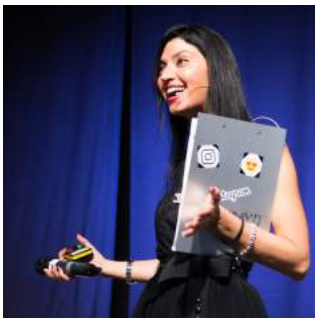
Mashable SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA + DIGITAL INNOVATION DAYS

WELCOME TO THE DIGITAL REVOLUTION

INNOVATE



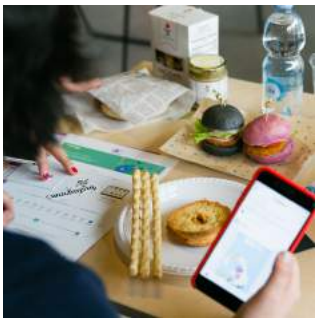






SHARE









CREATE











Graphic design by GLOOMY STROKE

MAIN SPONSOR

tinaba

talkwalker

Openinfluence

EiSWORLD

SOBRIO
INTERACTION DESIGN AGENCY | TORINO

REPUTATION SCIENCE

SPONSOR

ploomia

STOCARD

HOUSERS

Teamleader

Buzzdetector
DIGITAL INTELLIGENCE

DIGITAG
CONSULTING

Dario Flaccovio Editore

foodora

Beentouch

Gruppo MiniHotel
benvenuti a casa

stickermule

justbit

say cheese!

Sara Soldano
Fotografa

NESPRESSO

CIÙ CIÙ

PresentazioneAnimata.it

LA STORIA DI #SMDAYIT + #DIDAYS – V EDIZIONE : UN EVENTO IN CONTINUA EVOLUZIONE

#SMDAYIT #DIDAYS

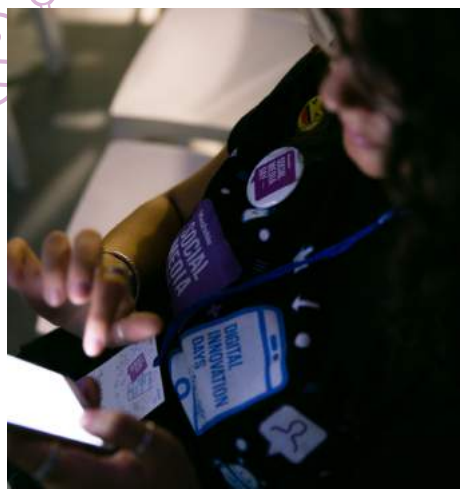
Mashable, terzo blog più popolare al mondo con oltre 30 milioni di pagine visitate al mese, nel 2010 organizza negli USA il primo Mashable Social Media Day, evento di approfondimento sull'impatto del digital marketing e dei social media sulla comunicazione.

Lo stesso evento viene poi ripreso in altri Paesi. È nel 2014 che Eleonora Rocca - affermata imprenditrice, Senior Marketing Manager, Consulente di Digital Marketing, speaker e formatrice - fonda il Mashable Social Media Day Italia con alle spalle una brillante carriera in ambito Sales & Marketing presso importanti aziende come Microsoft, Roberto Cavalli e Hewlett Packard tra Roma, Milano e Londra, dove attualmente vive e risiede da oltre 5 anni. La manifestazione si propone di affrontare le tematiche del digital marketing, del social media marketing e dell'innovazione a 360 gradi, attraverso strategie concrete e case study di successo presentate dai migliori professionisti del settore.

Negli anni l'interesse suscitato da #SMDAYIT è sempre crescente, i partecipanti passano dai 150 del 2014 ai 1176 del 2017. L'hashtag #SMDAYIT è per quattro anni consecutivi tra i primi tre posti nei trending topic nazionali di Twitter per arrivare, nell'edizione 2017, a 22mila tweet che rendono Mashable Social Media Day Italy l'evento settore più twittato dell'anno.

Per l'edizione 2017 il progetto è diventato ancora più ambizioso: creare un evento all'interno del quale sia possibile acquisire conoscenze, aggiornarsi, avere un'occasione unica per fare networking di valore e trarre ispirazione da grandi professionisti, ma soprattutto allargare gli orizzonti.









Nascono quindi i Digital Innovation Days (#DIDAYS), che includono il tradizionale Mashable Social Media Day, ma che estendono l'evento ad una tre giorni ricca di contenuti di alto livello, con lo scopo primario di abbracciare le tematiche legate all'innovazione a 360 gradi: Marketing Digitale e Social Media Marketing restano il focus principale, ma verranno trattate anche tematiche di Open Innovation, Mondo Startup, Artificial Intelligence, Unconventional Marketing, E-commerce Strategy, Lean Startup, e molto altro ancora.

Un evento dalle basi solide quindi in grado di affrontare le tematiche del digital marketing, del social media marketing, dell'imprenditoria e dell'innovazione, attraverso la presentazione e la discussione di strategie concrete e case study di successo presentate dalle migliori eccellenze del settore digitale.

Solo per citarne alcune delle protagoniste nella tre-giorni 2018: MTV, Google, Microsoft, L'Oreal, Mediaset, Huawei, SAS, Armando Testa, Sony Interactive Entertainment Italia, Costa Crociere, Coty International, Drive Now Italia, Perfetti Van Melle, Deutsche Bank , Banca Mediolanum, Quora, Ogilvy & Mather, Open Influence, Talkwalker e Foodora.

Tra i temi caldi dell'edizione 2018 ci sono: Influencer & Micro Influencer Marketing, Blockchain & Cryptovalute, rapporto tra TV & Social Media Marketing, Smart Working & Sharing Economy, Strategie di Facebook Advertising, rapporto tra Pubblicità tradizionale e nuovi media, nuove frontiere della comunicazione sia in ambito Ecommerce che nel settore Retail, utilizzo strategico dei dati e molto altro ancora.



OLTRE IL MASHABLE SOCIAL MEDIA DAY ITALY

elle | Innovation Consulting

CONSULENZA STRATEGICA

INTEGRATA • CREATIVA • INTERNAZIONALE

Elle Innovation Consulting Limited e' l'agenzia di Comunicazione e Consulenza strategica con sede a Londra fondata da Eleonora Rocca nel 2016, che in soli due anni e' riuscita a creare e sviluppare Piani di Marketing e Comunicazione a 360 gradi per oltre 30 aziende sia in Italia che all'estero.

L'obiettivo principale dell'agenzia e' quello di fornire una Consulenza che sia in grado di integrare in maniera efficace Marketing Tradizionale e Digital Marketing, riuscendo ad ottenere risultati di successo anche quando il Budget e' contenuto.

SERVIZI OFFERTI

STRATEGIE E PIANI DI MARKETING ON LINE & OFF LINE

- DIGITAL MARKETING
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- INFLUENCER MARKETING
- UFFICIO STAMPA & DIGITAL PR
- ORGANIZZAZIONE EVENTI
- CONTENT MARKETING
- PUBLIC SPEAKING
- FORMAZIONE AZIENDALE

SE STAI PENSANDO DI :

- **SVILUPPARE UN PROGETTO DI DIGITAL MARKETING**
- **LANCIARE UN PRODOTTO IN ITALIA O SU UN NUOVO MERCATO**
- **ORGANIZZARE UN EVENTO**
- **CREARE IL TUO NUOVO SITO WEB O LA TUA APP**
- **IMPOSTARE UNA STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA MARKETING CHE SIA IN GRADO DI GENERARE RISULTATI IMPORTANTI**
- **CREARE UN PROGETTO DI FORMAZIONE ALL'INTERNO DELLA TUA AZIENDA SUI TEMI DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE**

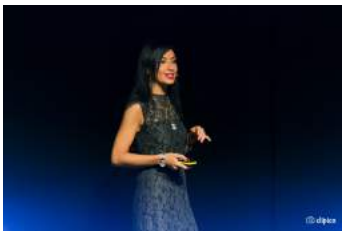
CONTATTAMI QUI :
Mail : info@eleonorarocca.com
Tel : +447454222594.

OPPURE COLLEGATI ALLA NOSTRA LANDING PAGE:
elleinnovation.com/comingsoon
E SELEZIONA IL CAMPO DI TUO INTERESSE

SPIEGAMI COSA POSSIAMO FARE INSIEME!

ABOUT ELEONORA ROCCA *IMPRENDITRICE · CONSULENTE · DOCENTE · SPEAKER*





Dopo aver maturato 18 anni di esperienze professionali all'interno di importanti realtà italiane e multinazionali, tra le quali Hewlett-Packard, Roberto Cavalli, Microsoft, Privalia, Kingston Technology e Tp-Link UK, ricoprendo ruoli manageriali in ambito Sales & Marketing; Eleonora oggi vive a Londra ed e' un'affermata imprenditrice, Consulente di Digital Marketing, Speaker e Formatrice e lavora tra Londra, Milano e gli Stati Uniti. È CEO & Founder dei Mashable Social Media Day + Digital Innovation Days, uno degli eventi più importanti d'Italia in ambito Digital Marketing, Social Media e Innovazione, definito l'evento piu' twittato d'Italia nel 2017, che ha registrato la partecipazione record di 1170 partecipanti nel 2017 e oltre 1300 nel 2018. È inoltre Business Mentor per il centro di ricerca ICRIOS Bocconi a Milano e per Cherie Blair Foundation a Londra. Infine è stata organizzatrice ufficiale del Lean Startup Machine Workshop Milano (edizioni 2015 e 2016) e Founder del Fashion & Lifestyle Blog thebrunettecupcake.com.

Graphic design by GLOOMY STROKE

Mashable
SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA

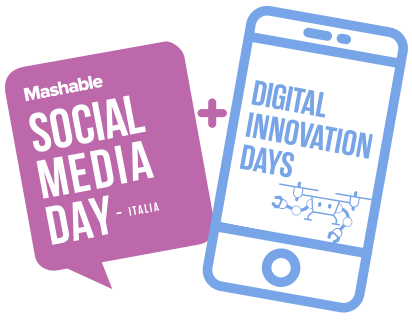
+

DIGITAL INNOVATION DAYS

P R O G R A M M A

G I O V E D ì 1 8

G I O V E D ì 1 8 - S A L A 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- DIGITAL STRATEGY
- DIGITAL MARKETING
- DIGITAL MARKETING STRATEGY
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- SOCIAL MEDIA
- INNOVATION

SHARE!

07:00 • 08:30 | ACCREDITI & DISTRIBUZIONE WELCOME KIT

09:00 • 09:30 |

Eleonora Rocca - *CEO & Founder* **@Mashable** *Social Media Day Italy + Digital Innovation Days | Digital Strategy Consultant | Blogger*

Messaggio di benvenuto, ringraziamento sponsor e presentazione di #SMDAYIT + #DIDAYS come Case Study di successo e come storia imprenditoriale.

Eleonora darà il benvenuto e condividerà con i partecipanti lo spirito che si trova dietro la realizzazione di questa iniziativa in grado di mixare in modo unico formazione, networking e divertimento. Svelerà il backstage del Mashable Social Media Day + Digital Innovation Days, della sua crescita, dei segreti della costruzione di un brand e di un evento divenuto punto di riferimento nel settore in soli tre anni.

09:30 • 09:50 |

Isabella Lazzini - *Marketing and Retail Director* **@Huawei Italia**, *CBG*

Tecnologia e design 3.0 per un nuovo consumer journey: il Caso HUAWEI EXPERIENCE STORE.

Il legame tra innovazione tecnologica e design è un fattore chiave per ottenere il miglior risultato. Esperienze che non sono limitate al solo uso di device, ma che riguardano l'intero consumer journey, che oggi, con il primo Huawei Experience Store, ha raggiunto una nuova dimensione. È proprio in questo nuovo concetto che si realizza un'integrazione di grande efficacia e fortemente innovativa tra tecnologia e design, in grado di ridefinire e arricchire il ruolo dello store nel percorso di relazione tra il pubblico e la marca, facendolo evolvere a luogo di esperienze e non più solo di acquisti. Un experience store non solo fisico, ma anche digitale.

09:50 • 10:10 |

Giuseppe Presti - *Marketing Director* **@Coty** *International*

Vogue VS Instagram – Social media listening e trend nel mondo Beauty & Lifestyle.

In un mondo che cambia, dove i trend stanno diventando sempre più veloci, dove stili, mode e colori nascono e muoiono in brevissimo tempo, è più importante sapersi adeguare anziché concentrarsi troppo sul prevedere. La prima fonte di ispirazione delle tendenze è il mondo digitale: social media, motori di ricerca e canali Youtube. Oggi, l'idea di un gruppo di persone sedute in una stanza per decidere quali saranno i colori trend tra due anni o quali materiali saranno usati tra tre non è più uno scenario plausibile. Oggi le tendenze nascono e muoiono all'interno di un ambiente infinitamente più veloce e turbolento, in cui marchi, celebrità, riviste, blogger e consumatori finali sui social media sono tutti spinti a influenzare ciò che è "dentro" e "fuori" dalla moda. Una bella riflessione su come si reinventa un brand lifestyle.

10:10 • 10:30 |

Gianluca Cocco - *CEO* **@Foodora Italia**

Vita da rider: raccontare l'azienda in un giro del mondo attraverso uno sguardo unico (e un canale Snapchat!). La Case Study FOODORA

La conoscenza e la reputazione di un'azienda passano, in primis, dalla voce di coloro che lavorano o collaborano con essa. Attraverso il lancio mondiale del canale Snapchat, Foodora ha aperto una finestra in tempo reale sulla vita quotidiana dei rider, che raccontano la loro giornata in bici: dal ritiro dell'ordinazione dai ristoranti partner, alla consegna. Quali sono le sfide più incredibili? Quale sono gli ordini più strani consegnati? Ma soprattutto quali sono i benefici di coinvolgere consumatori e rider, promuovendo una comunicazione peer to peer? A raccontarlo Gianluca Cocco, Amministratore Delegato di Foodora in Italia.

10:30 • 10:50 |

Flavia Baccaro - *Manager Customer Experience* **@Deutsche Bank Italia - Enrico Torlaschi**- *Managing Director* **@E3**

NEXT TO COMMUNITY – L'evoluzione dal Community Management verso la Lead Generation

Se ne parlava già dai primi mesi del 2016, adesso però il chatbot è realtà! Uno strumento di web marketing in piena regola che rivoluziona l'interazione tra utenti e aziende. Da una parte, il cliente riceve assistenza immediata e l'azienda, dall'altra parte, può inviare notifiche, promozioni, contenuti, aggiornamenti e messaggi personalizzati in maniera totalmente automatica. Il chatbot è quindi il nuovo strumento di customer relationship management e di lead nurturing, elemento prezioso per la strategia aziendale del futuro. Deutsche Bank porterà come esempio il nuovo lancio del bot sulla pagina ufficiale Deutsche Bank Easy!

10:50 • 11:10 |

Alessandro Pastore - *Content Marketing Director* **@WaveMaker - Giada Divisato** *Content Strategy Lead* **@Wavemaker**

Quali sono i driver dell'efficacia dei contenuti sui social? Il Caso NOW TV (la internet TV di SKY)

Quali strategie deve mettere in campo un brand per essere notato sui social media e conquistare l'attenzione delle persone? Quali sono i vettori di visibilità dei contenuti che consentono di emergere dal rumore di fondo, in un contesto sempre più ad alta frequenza di contenuti? Che ruolo ricoprono oggi l'idea creativa e i dati digitali nel processo di costruzione di una campagna che nasce dal social? La storia, raccontata da diverse prospettive, di un progetto di successo.

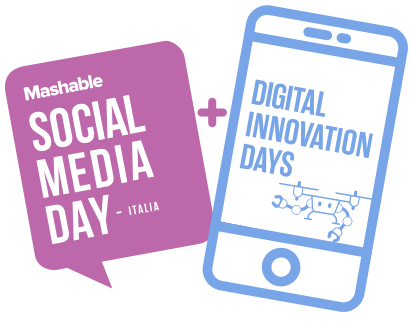
11:10 • 11:30 |

Paolo Liguori - *Direttore* **@Tgcom24**

Nasce da Internet: dal web alla Tv, la Case Study unica in Europa di Tgcom24

Tgcom24 è il sistema crossmediale All News di Mediaset. Nato sul web nel 2001, ha allargato negli anni la sua offerta anche alla tv e alle radio. È presente su tutte le più importanti piattaforme social e raggiunge un bacino quotidiano di oltre 10 milioni di contatti.

G I O V E D ì 1 8 - S A L A 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- DIGITAL STRATEGY
- DIGITAL MARKETING
- DIGITAL MARKETING STRATEGY
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- SOCIAL MEDIA
- FINTECH INNOVATION

SHARE!

11:30 • 11:50 |

Filippo Giotto - *Head of Social Media & Online Advertising* **@Banca Mediolanum**

Abbiamo una storia e delle storie da raccontare (però finiamola di chiamare tutto storytelling).

Le persone sono interessate alle storie di altre persone, consumate in un mondo digitale in cui i brand ambiscono a esserci e a essere rilevanti; il problema è che finché noi marketer continueremo a raccontare i marchi con la testa dell'inserzionista senza domandarci quale valore vogliamo portare là fuori, avremo prodotto solamente rumore autoreferenziale.
Amiamo fare (e parlare di) branded content, content marketing, native e via così, convinti di proporre narrazioni autentiche e interessanti. Ma è davvero così? Come rivedere l'approccio e come ci abbiamo provato in Banca Mediolanum raccontando 101 storie di persone: #StorieDalGiro.

11:50 • 12:10 |

Matteo Arpe - *Founder & CEO* **@Tinaba**

Rivoluzione fintech: oltre i pagamenti, il futuro è di chi conosce il cliente.

Tinaba è la prima app di gestione del denaro utilizzabile in ogni Paese del mondo, la prima app di condivisione social dei risparmi, la prima startup fintech integrata nativamente con una banca e il primo strumento di pagamento digitale ad azzerare del tutto le commissioni per gli esercenti, offrendo a questi ultimi gli strumenti per competere con le grandi piattaforme online di e-commerce.

12:10 • 12:30 |

Marco Marranini - *COO* **@Open Influence**

Intelligenza artificiale applicata e influencer marketing: un binomio perfetto.

Dalla ricerca e analisi dell'audience degli influencer, fino alla gestione e reportistica delle campagne. Open Influence spiegherà come, grazie ad alcuni strumenti chiave, sia possibile, partendo dalle immagini pubblicate dagli influencer, prevedere quale sarà l'engagement di una campagna.

12:30 • 12:50 |

Tiziano Tassi - *CEO & Founder* **@Caffeina**

Dalla teoria alla pratica: cosa vogliono davvero gli utenti?

Come capire le persone per essere davvero capaci di comunicare con loro? Come possiamo dar loro un servizio digitale che davvero sia in grado di completare e migliorare l'esperienza di acquisto e/o di consumo delle persone? Dalla teoria alla pratica: da Genialloyd a BNP Paribas, casi concreti e un approccio tangibile al marketing digitale per essere efficaci.

12:50 • 13:10 |

Edoardo Didero - *CEO* **@Digitag Consulting**

Finanza e Social Media: da perfetti sconosciuti a coppia vincente. Il caso di Deposito102

Mobile payment, crowdfunding e banche digitali: il FinTech in tutto il suo splendore ha ormai conquistato l'attenzione di utenti ed opinione pubblica. Ma che rapporto c'è tra Social Media e Finanza? L'evoluzione del ruolo di questo specifico canale all'interno delle strategie di marketing e comunicazione. Il lancio di D102, dove i social sono protagonisti.

13:10 • 14:10 | L U N C H B R E A K

14:10 • 14:30 |

Maria Chiara Franco - *Founder* **@UnicTalks & @Vis a Vis Fans**

L'importanza del networking e l'influenza dei social media.

A gennaio 2018 UnicTalks ha lanciato il suo sito web, con speaker e relatori pronti a visitare scuole ed università in Inghilterra; a soli 6 mesi dal lancio oltre 100 speaker sono a bordo, con un progetto che ora internazionalmente punta a raggiungere più studenti possibili, con l'obiettivo di ispirare le future generazioni attraverso prove viventi di persone con incredibili background, motivanti per l'audience.
Nel frattempo su Facebook, la pagina Vis a Vis Fans - dedicata alla omonima serie tv spagnola - cresce è cresciuta sempre più, raggiungendo oltre 35 mila seguaci e ottenendo un invito da parte della produzione FOX e Globomedia alla Premiere della terza stagione, ad aprile 2018 a Madrid. Spaziando tra Italia, Inghilterra e Spagna, si parlerà quindi dell'importanza del networking e di come i social media possano influenzare le nostre esperienze anche offline.

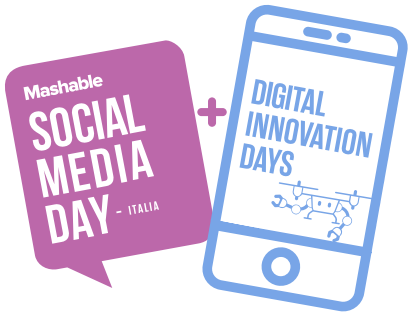
14:30 • 14:50 |

Guido Bonarelli - *Marketing Director EMEA* **@MTV & Nickelodeon Channels**

La social media influencer strategy degli MTV European Music Awards.

MTV, mantenendo al centro della strategia i valori del brand e i temi più rilevanti per il target di riferimento , riesce a generare un importnte social media buzz in tutto il mondo intorno agli MTV EMA. Musica, cultura pop, fan engagement e promozione dello show fanno da filo conduttore ad una strategia di marketing e comunicazione cross-platform lunga 11 settimane, amplificata sui social da una squadra di influencer in grado di coprire l'intero mercato globale di MTV.

G I O V E D ì 1 8 - S A L A 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- DIGITAL STRATEGY
- DIGITAL MARKETING
- DIGITAL MARKETING STRATEGY
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- SOCIAL MEDIA
- INNOVATION

SHARE!

14:50 • 15:10 |

Misha Gambetta - *Marketing Manager* **@Svizzera Turismo**

Social media e strategie digitali per il turismo, tra experential e segment marketing. La Case Study SVIZZERA TURISMO.

Experiencial marketing e segment marketing: come e quale uso dei social media nella promozione del territorio. Obiettivi e challenge specifici per un ente del turismo. Le best practice di Svizzera Turismo Italia e di altri mercati in tema di influencer trip.

15:10 • 15:30 |

Cecilia Nostro - *Co-founder* **@Friendz - Melissa Tarenzi -** *Marketing Manager* **@Friendz**

Come raccogliere 24 milioni di dollari da 15 mila persone provenienti da tutto il mondo attraverso la gamification: la Case Study dell'ICO di Friendz.

A marzo 2018, Friendz ha lanciato sul mercato la propria cryptovaluta tramite un' ICO (Initial Coin Offering), attraendo più di 15 mila partecipanti provenienti da ogni parte del mondo. Quando tutte le principali piattaforme d'informazione hanno tolto visibilità a questi temi, Friendz ha trovato il modo di coinvolgere una community di oltre 15 mila utenti effettivi tramite la gamification e le stesse logiche con cui tutti i giorni coinvolge le persone nella creazione di User Generat-ed Content. Verrà quindi illustrato come l'applicazione e la scalabilità di queste logiche siano diventati un valore che Friendz offre anche ai propri clienti.

15:30/15:50 |

Veronica Civiero - Head of Social and Influencer Strategies **@L'Oréal Italia**

Social commerce: il ruolo dei social network nel business del mercato Beauty

Che impatto possono avere le conversazioni nel processo decisionale del consumatore? In un mondo in cui è il consumatore ad avere pieno controllo del flusso di comunicazione, che caratteristiche devono avere i contenuti social con obiettivi di vendita ben precisi?
Come cambia la strategia di comunicazione nei diversi step del funnel d'acquisto degli utenti? Un racconto su come L'Oréal utilizza i social network per veicolare comunicazioni che si trasformino in azioni.

15:50/16:10 |

Andrea Fusco - *Head of Social Strategy* **@The Big Now**

Cosa si intende davvero per social media trend? Best case e new trend del futuro

Ottobre: il 2018 sta per andare in archivio e le domande che tutti si pongono sono le stesse di sempre: cosa ci ha insegnato quest'anno? Cosa ci aspetterà nel prossimo? Ma soprattutto: "cosa fai a capodanno?". Un'analisi delle migliori campagne social viste nei primi 10 mesi dell'anno e una previsione su quali saranno i trend da seguire da vicino nel 2019. Perché l'unico modo per emergere nell'arena dei social media è giocare d'anticipo, anche se è più difficile che decidere cosa fare il 31 dicembre.

16:10/16:50 |

Filippa Lagerback - *Conduttrice TV | Blogger* **@PlanetFil**

Community management, content strategy e una nicchia di mercato. La Case Study PLANETFIL.

Filippa racconterà il suo rapporto con la rete e con i suoi oltre 400mila follower su Instagram, una community estremamente attiva, costruita in maniera organica nel tempo. Come raccontare la propria vita privata, quella professionale e collaborare con i brand costruendo storie di successo, coerenti con le sue passioni e valori.

16:50/17:10 |

Giuseppe Mayer - *Chief Digital Officer* **@Gruppo Armando Testa**

Il terzo incomodo tra Google & Facebook. Il Caso AMAZON.

Un player inatteso e dal grande potenziale sta sviluppando un'offerta pubblicitaria in grado di rompere il duopolio e promette di offrire, anche alle aziende italiane, nuove opportunità per comunicare, ingaggiare e vendere online. Vedremo insieme le opportunità offerte da Amazon come marketplace e come media creativo.

17:10/17:30 |

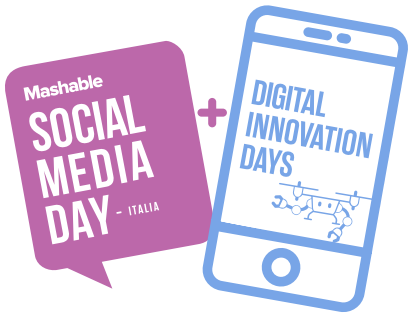
Michela Guerra - *Sr. Regional Head Digital Marketing, Content & Communication* **@SAS**

Artificial intelligence, non più un tema per pochi: il Caso PARADISE FOUND.

Capire è difficilissimo; farsi capire è una smisurata ambizione" diceva Henri-Frédéric Amiel a metà del 1800. Ancora oggi quest'affermazione è quanto mai valida, specialmente per chi lavora nel marketing communication. Qualsiasi cosa si voglia dire dovrebbe essere facilmente comprensibile da chi l'ascolta. Sempre. Anche se si parla di concetti intrinsecamente complessi come il machine learning, l'artificial intelligence o gli advanced analytics. In questo speech, Michela illustrerà SAS Paradise Found, una campagna di marketing che ha il merito di avvicinare il grande pubblico al caldo e attuale tema del machine learning e di farlo in modo semplice, divertente, facile e coinvolgente. Alla base un modello di delivery del contenuto chiaro, atomizzato, condiviso e condivisi-bile: il marketing communication wonderful framework.

Graphic design by GLOOMY STROKE

GIOVEDì 18 - SALA 2



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- CROSSMEDIALITÀ
- DIGITAL MARKETING
- YOUTUBE STRATEGY
- INFLUENCER MARKETING
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- SOCIAL MEDIA
- INNOVATION
- DIGITAL STRATEGY

SHARE!

START

10:00 • 10:20 |

Giorgio Soffiato - *Managing Director* **@Marketing Arena**

Social media e content marketing in contesti complessi: dal B2B al personal branding per dare supporto reale ai KPI di digital marketing.

Il social media marketing è spesso visto come una leva di marketing digitale esclusivamente funzionale in ambito B2C; nei contesti "complessi" (dal B2B alle aziende di filiera) è invece sovente ignorato o considerato inefficace. Verrà spiegato come personal branding, inbound marketing e social influence possano essere utilizzati in maniera strategica a supporto degli eventi, per comprendere quale sia il ruolo dei social media in funnel di conversione complessi in ambito Business to Business.

10:20 • 10:40 |

Massimo Canducci - *Head of Innovation* **@Engineering**

Il futuro dell'innovazione.

Verrà raccontato il futuro dell'innovazione. Le 10 e più innovazioni reali di cui ancora non abbiamo sentito parlare, ma che condizioneranno concretamente il nostro futuro da un punto di vista professionale, economico e sociale. Alcuni esempi possono essere: la stampa 3d di organi umani; le intelligenze artificiali in grado di superare il test di Turing; il machine learning che salva vite umane; le auto che non possono scontrarsi tra loro; le crypto valute del futuro: come saranno e come ci condizioneranno; come i DLT aumenteranno la trasparenza delle transazioni e molto altro ancora.

10:40 • 11:00 |

Nicola Cattarossi - Digital Advisor

Storie di conversazioni digitali in un'ottica human to human.

Nicola Cattarossi racconterà una storia: la sua, quella di una persona ""non nativa digitale"" che ha sposato con passione e impegno personale i canali digitali. Una storia che si incrocia con altre storie: quella di un'azienda nata digitale, Groupon, e quella di un'azienda ""tradizionale"" di settore biomedicale, Medtronic, che sta implementando canali di comunicazione tra medico e paziente basati su strumenti digitali.
Si vedrà in particolare come in ognuna di queste storie si attivino conversazioni human to human che coinvolgono popolazioni e target molto diversi.

11:00 • 11:20 |

Stefania Casciari - *Managing Director* **@Pulse Advertising**

Il ruolo del digital influencer. Quando una parola diventa un virus.

L'influenza online, quando una parola diventa un virus: nel 2018 quando si parla di digitale non si può non parlare di influenza online e di digital influencer. Due concetti che sembrano difficili da definire e misurare e su cui c'è ancora molta confusione. All'interno di questo intervento cercheremo di approfondire i parametri dell'influenza online: come misurarla, come manipolarla e come identificarne i catalizzatori: gli "influencer". Cercheremo anche di immaginare come il fenomeno si evolverà dando vita a quello che i futuristi chiamano "citizen influence".

11:20 • 11:40 |

Fjona Cakalli - *Tech Influencer & YouTube Strategist* **@GamePrincess, Tech Princess & The Driving Fjona**

Storytelling cross-mediale: è la formula vincente?

Che lavoro fai? La blogger? L'influencer? La youtuber? La presentatrice TV? In realtà tutti. Vi spiego perché la cross-medialità è fondamentale nel mondo dello storytelling odierno.

11:40 • 12:00 |

Davide Dal Maso - *Social Media Coach | Founder* **@Movimento Etico Digitale**

Sensibilizzare insieme ad un uso consapevole del digitale - il Movimento Etico Digitale.

Da dove parte l'idea e cosa significa "social warning" : Davide Dal Maso racconterà le sue esperienze studentesche e perché ha sentito una forte necessità di cambiamento; come ha iniziato a tenere incontri gratuiti sul tema e a condividere l'idea; come si struttura il Movimento Etico Digitale e perché è importante che il format illustri sia le potenzialità, sia i rischi del web.
Continuerà poi spiegando quali sono i criteri per far parte del Movimento Etico Digitale, quanti professionisti riunisce e quante scuole, quanti ragazzi e quanti adulti ha già incontrato.
Infine - per dare un'idea del livello di educazione digitale in Italia - svelerà, per la prima volta a un evento, i risultati di un sondaggio svolto tra oltre 800 ragazzi in tutta Italia. Ad esempio: quanti di questi sanno cos'è una startup? Quanti conoscono la parola sexting? Quali social media usano?

12:00 • 12:20 |

Alessandro Isidoro Re - *Editor, Host & Content Writer* **@Triwù, Radio 24, Linkiesta, Amazon Audible**

Digitalizzare la comunicazione culturale. LA Case Study TRIWÙ. La web TV dell'innovazione.

Crossmedialità. Parola vaga od orizzonte obbligatorio per la comunicazione? Vi spiego perché è l'unico percorso da scegliere per la comunicazione scientifica e culturale. Il mondo di oggi è plurale per definizione; la comunicazione deve essere dunque varia e verticale per natura: scritta, visiva, uditiva, interattiva. In un aggettivo, crossmediale. Insieme a Triwù, la web TV dell'innovazione, sto portando avanti questa questa sfida, sperimentando nuovi format innovativi per una divulgazione scientifico-culturale a 360 gradi. Il docu-show è una di queste.

G I O V E D ì 1 8 - S A L A 2

Mashable SOCIAL MEDIA DAY – ITALIA + DIGITAL INNOVATION DAYS

L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- DIGITAL STRATEGY
- DIGITAL MARKETING
- DIGITAL MARKETING STRATEGY
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- SOCIAL MEDIA
- CONTENT STRATEGY

SHARE!

12:20 • 15:00 | L U N C H B R E A K

15:00 • 15:20 |

Daniele De Grandis - *General Manager* **@Lenovo Mobile Business Group/Motorola Italia**

"HELLO MOTO EXPERIENCE". I nuovi trend della mobile communication La Case Study MOTO MODS di Motorola.

"Motorola is back". Con questo tema l'anno scorso Motorola ha avviato un nuovo corso combinando eredità e innovazione. Il brand iconico e amato in tutto il mondo, che quaranta anni fa ha scritto la storia della telefonia mobile con il primo device e la prima telefonata, ha puntato sulle passioni delle persone e sul consentire di viverle a pieno attraverso esperienze d'utilizzo estremante semplici. Quella di Motorola infatti, è una storia di innovazione costante ma sempre attenta ai consumatori, all'unicità delle persone e a cio' che desiderano. Con questa particolare attenzione, tra i suoi prodotti d'avanguardia, spicca la famiglia Moto Z che, combinando i diversi Moto Mods come l'Hasselblad True Zoom o il JBL SoundBoost speaker, trasforma lo smartphone garantendo esperienze di utilizzo ed entertainment molto varie e coinvolgenti, regalando ai consumatori opportunità incredibili che mai prima avrebbero immaginato possibili.

15:20 • 15:40 |

Fabio Simonelli - *Member of the Advisory Board* **@European Crowdfunding Center** *| Lead Business Director* **@Folkfunding.com**

Il crowdfunding come strumento di validazione del prodotto e nuova frontiera del marketing.

Il coinvolgimento delle Corp sul crowdfunding rappresenta oggi una nuova frontiera per il marketing di prodotto o servizio. Sempre di più le aziende decidono di avvicinarsi allo strumento digitale per creare una nuova modalità di interazione con i propri utenti e con i potenziali partner.

15:40 • 16:00 |

Laura Renieri - *Founder* **@The Old Now Magazine**

Da blog per passione a web magazine per lavoro. La Case Study THE OLD NOW.

Verranno svelate le strategie che hanno permesso a un blog nato nel 2010 di trasformarsi in un web magazine, divenuto un punto di riferimento per il lifestyle in Italia, che oggi vanta una redazione di oltre 20 autori, una pubblicazione giornaliera, collaborazioni con brand importanti e un piano editoriale fitto e ricco di contenuti.

16:00 • 16:20 |

Alessandro Vannicelli - *Founder* **@Schisciando /** *Social Media Coach & Digital Consultant* **@Comunicazione e Creatività a Km Zero**

Nuove tendenze e web reputation: come inventare e far crescere un (food) trend. La Case Study SCHISCETTA PERFETTA & BABY SCHISCETTA.

Quello tra cibo e moda è un legame stretto. Primo, per il ruolo di entrambi nella cultura popolare: "mangiare" e "vestirsi", oggi più che mai diventano una questione di stile e di comunicazione. La moda si affascina con il cibo: le griffe si legano ai nomi dell'alta cucina in un matrimonio spesso celebrato dai grandi chef. Il cibo dall'altra parte si ispira alla moda guardando in modo sempre più attento alla presentazione del piatto. Lo chiamano #foodporn, ma non sarebbe meglio parlare di #foodglam?
Mangiare va sempre di moda e la schiscetta non fa differenza, ma: Cosa è tendenza? Come si lancia una tendenza sul web? Come la tendenza può influire sulla reputation online?

16:20 • 16:40 |

Giuseppe Presti - *Marketing Director* **@Coty International**

L'ultra-personalizzazione è il nuovo lusso.

Cosa succederebbe se domani avessi la possibilità di scegliere i tuoi prodotti per capelli, non da uno scaffale basandoti sul prezzo, ma da un'app realizzata per offrirti la miglior soluzione tra 17 milioni di possibilità? Investiresti il tuo denaro per avere la tua soluzione personalizzata, che ti faccia ottenere risultati immediati? Noi scommettiamo di sì. Ecco perché System Professional, con il suo ecosistema digitale, rappresenta i nuovi standard nel segmento Lusso dell'hair care industry.

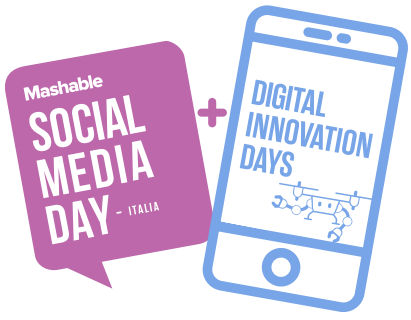
16:40 • 17:00 |

Simone Guzzardi - *Partner & Managing Director* **@L45**

Il Giornalismo nell'era digitale.

L'affermarsi della Rete e più nello specifico dei social media come strumento pervasivo ha cambiato profondamente anche il modo di fare giornalismo. Ma quali sono le fonti online le più consultate dai giornalisti per scrivere i loro articoli? Come usano nel dettaglio i social media per interfacciarsi con colleghi, aziende e personaggi pubblici? Quali sono i social media da loro più utilizzati per i diversi scopi professionali? A tutte queste domande e a molte altre risponderà la ricerca di L45, effettuata su 150 giornalisti economico-finanziari e presentata in esclusiva a Mashable Social Media Day Italy 2018.

GIOVEDì 18 - SALA 3



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

WORKSHOP GRATUITI

SHARE!

START

10:30 • 11:30 |

Roberta Moretti - Business Coach

Personal branding per il business. Come creare una strategia di personal branding vincente.

- Cos'è e perché è importante il personal branding per il business.
- Come strutturare una strategia di comunicazione professionale.
- Personal Branding Canvas: lo strumento concreto per pianificare e validare la tua strategia.

11:30 • 12:30 |

Maia Lottersberger - *Head of Communication* **@Foodora**

La user experience nel food delivery.

- In cosa si contraddistingue la user experience nel food delivery.
- Cosa cerca il consumatore da una app di food delivery.
- Come rendere l'esperienza del consumatore unica.
- Come misurare la soddisfazione del cliente.

12:30 • 15:00 | LUNCH BREAK

15:00 • 15:30 |

Alessandro Allocca - *Giornalista a Londra* **@Repubblica.it & @LondraItalia.com**

Tecnogiornalismo: raccontare i fatti attraverso video a 360 gradi, Facebook Live, realtà virtuale, intelligenza artificiale e droni.

La tecnologia è sempre più partner di chi fa informazione. Ma tutti gli strumenti possono andare bene per raccontare un fatto? La risposta è certamente no. Durante il workshop capiremo meglio:

- Cosa significa tecnologia applicata al giornalismo.
- Strumenti e informazione, quando usare cosa.
- Come l'intelligenza artificiale aiuta il giornalista a inquadrare una notizia.
- Social e giornalismo, quando e come andare "on air".
- Insight e giornalismo: saperli leggere senza inseguirli.

15:30 • 16:30 |

Daniele Chieffi - *Head of Digital & Communication and Content Factory* **@AGI**

Storytelling e Brand Journalism. Le nuove tecniche di corporate communication.

Come si costruisce una storia? Come si declina in maniera crossmediale? Come si pensa una strategia di comunicazione e si identifica il messaggio da veicolare poi con i giusti contenuti sulle giuste piattaforme alle giuste community? Le nuove sfide professionali imposte dalle nuove tecniche di comunicazione aziendale, fra storytelling crossmediale, brand journalism e media relations online.

16:30 • 17:30 |

Luca Rallo - Blogger, Formatore, Digital PR

Strategie di Twitter marketing per il tuo personal brand + Tweet-Aperitivo.

In questo workshop scopriremo insieme perché Twitter è un ottimo strumento per aumentare il tuo personal branding, creando una strategia che darà risultati già in 30 giorni. I guru del web marketing affermano che Twitter è morto, ma la verità è che rimane l'unico strumento che permette di raggiungere un pubblico in target, organicamente e senza necessità di investire del budget in Ads (come è invece necessario fare per Facebook e Instagram). Verranno affrontati 5 topic principali:

- Creare un tweet perfetto e un profilo ottimizzato
- Costruire una community attorno al tuo brand personale
- Creare una valida strategia di content curation
- Analizzare i dati con un tool di analysis e creare un report
- Portare traffico al tuo profilo tramite altri social e viceversa

Al workshop seguirà il Tweet-Aperitivo, un'ottima occasione per fare networking, divertirsi insieme e partecipare al live tweeting con gli hashtag #SMDAYIT + #DIDAYS.

Graphic design by GLOOMY STROKE

Mashable

SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA

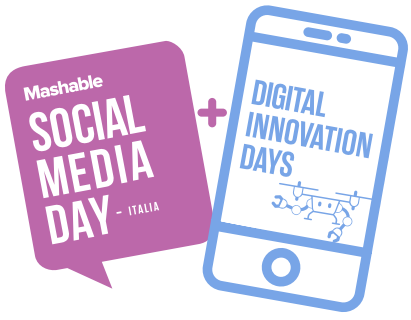
+

DIGITAL INNOVATION DAYS

P R O G R A M M A

V E N E R D ì 1 9

VENERDì 19 - SALA 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- CONTENT STRATEGY
- DIGITAL MARKETING
- DIGITAL MARKETING STRATEGY
- INFLUENCER MARKETING
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- DESIGN THINKING

TRANSFORM!

START

9:00 • 9:20 |

Andrea Leverano - *Managing Director* **@DriveNow Italy**

Il futuro della connessione tra l'uso degli strumenti di social media marketing e i servizi MAAS (Mobility as a Service). La Case Study di Drive Now, il car sharing firmato BMW.

Sharing economy, smart city, mobility as a service. Il ruolo della tecnologia. Stili di consumo o qualità della vita? Sempre connessi o veramente in relazione con qualcuno? Quello che è certo è che è cambiata la relazione con il cliente; oggi siamo ben oltre il customer insight e la persona (più o meno consapevolmente) si sposta al centro della catena del valore. Una sfida importante, con alcuni rischi e molte opportunità.

09:20 • 09:40 |

Diego Stacciuoli - *Head of Trade Marketing Italia* **@Costa Crociere / Nicola Mauri -** *Partner e Formatore* **@The Vortex**

Il lato umano dei social media. Come Costa Crociere sta formando oltre 2.500 agenti di viaggio all'uso del digitale.

Lo speech affronterà i temi delle componenti strategica, organizzativa e formativa - prima ancora che comunicativa - che i social media richiedono nel momento in cui debbono far crescere un'intera filiera. Toccherà le ragioni, le modalità, le cautele e le opportunità coinvolte da un progetto formativo così ampio che interviene in un settore - quello delle agenzie di viaggio - particolarmente esposto alla digital transformation.

09:40 • 10:00 |

Giuseppe Stigliano - *Partner* **@AKQA EMEA |** *General Manager* **@IULM Innovation LAB**

Retail marketing innovation: back to the future.

Negli ultimi anni molti hanno pronosticato la morte dei retailer tradizionali. In realtà nella stragrande maggioranza dei settori l'e-commerce non supera il 15/20% delle vendite retail. È vero però che la nostra dipendenza dai punti vendita fisici come luoghi di approvvigionamento di prodotti sta progressivamente diminuendo e che esistono molteplici modalità per acquistare online e ricevere in poco tempo ciò di cui abbiamo bisogno. Inoltre, il digitale sta progressivamente riscrivendo le regole del gioco offrendo numerose opportunità, tanto ai retailer tradizionali quanto alle startup che si prefiggono di portare innovazione in un settore che troppo spesso segue logiche piuttosto obsolete. Ma quali momenti del retail customer journey saranno maggiormente impattati dalla trasformazione digitale? In quali aree si sta concentrando l'innovazione? Quali sono le startup che più probabilmente stravolgeranno il nostro modo di fare acquisti? Che cosa sarà il retail tra 5 anni?

10:00 • 10:20 |

Anna Re - *Corporate Communication Manager* **@Perfetti Van Melle / Simone Guzzardi -** *Partner & Managing Director* **@L45**

Company ambassador: raccontare l'azienda con la voce dei dipendenti.

Diverse ricerche ci danno il forte segnale di un calo di fiducia verso le autorità classiche e di un ascolto sempre fin forte delle figure percepite come propri omologhi. Questo cambiamento sta toccando profondamente anche il mondo del lavoro, intrecciandosi con la rivoluzione digitale, che nell'ambito della comunicazione si esprime in particolare attraverso i social media. I dipendenti sono diventati un asset fondamentale per la comunicazione aziendale. Coinvolgerli ha risvolti positivi in termini di comunicazione sia esterna, sia interna. Ma come selezionare, motivare e formare i cosiddetti "ambassador"? Ce lo racconteranno L45 (agenzia milanese) e Perfetti Van Melle (big del settore confectionery), che insieme stanno attuando uno dei progetti più completi e creativi di "employees advocacy".

10:20 • 10:40 |

Mirco Pasqualini - *Head of Design* **@Ogilvy**

The new role of design in the experience economy.

Come e perché il design sta cambiando i business, i brand e le agenzie nell'era dell'experience economy.

10:40 • 11:00 |

Matteo Flora - *Founder* **@The Fool**

Beyond reputation - oltre la Reputazione.

Il mercato delle analisi delle conversazioni online non è più "terra di improvvisazione": le vecchie rassegne del web, le mention, il sentiment, non sono altro che una impostazione obsoleta, retaggio, spesso, di strumenti obsoleti. Nella nuova configurazione i dati e l'intelligenza artificiale sono il viatico ad una nuova concezione di strategia basata sui dati... Benvenuti nel 2018.

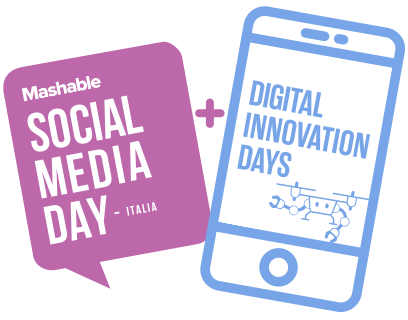
11:00 • 11:20 |

Roberta Buonomo - *Senior Customer Success Manager* **@Talkwalker**
Francesco Potenza - *Head of Digital & Marketing Services* **@Parmalat Italia**
Valentina Ciavarella - *Data Insight Manager* **@Caffeina**

Caffeina e Parmalat: sviluppare una social content strategy di successo partendo dall'analisi dei dati.

Chef | Partiremo dall'evidenza sul modo in cui i food-hack e le video ricette sono inserite all'interno del ""Cooking Journey"" degli utenti, valorizzando la ricerca effettuata sul trend e il modo in cui Chef ha colto e sfruttato i risultati per rendere maggiormente efficace il proprio modo di comunicare sui social.

VENERDì 19 - SALA 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- GROWTH HACKING
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- DIGITAL STRATEGY
- INFLUENCER MARKETING
- DIGITAL TRANSFORMATION
- BRAND STRATEGY

TRANSFORM!

11:20 • 11:40 |

Vin Clancy - World's Best Growth Hacker | Entrepreneur | Award Winning Public Speaker

Growth hacking: ecco le strategie segrete utilizzate dalle aziende a maggiore crescita del 2018.

Vin Clancy, growth hacker di fama mondiale, condividerà le strategie segrete da applicare a fonti di traffico organiche e a pagamento, e tutto ciò che c'è di mezzo. Uno speech imperdibile se stai cercando di far crescere la tua azienda.
*Speech in lingua inglese"

11:40 • 12:00 |

Andrea Barchiesi - *CEO & Founder* **@Reputation Science**

Data Fusion: la scienza integrata alla base della reputazione

La reputazione (di un brand, un'azienda, un soggetto pubblico o privato) non risiede in un unico luogo, ma coincide con l'insieme stesso di tutti i luoghi, i canali e i contenuti attraverso i quali passa, si costruisce, cambia e cresce, in rete e fuori dalla rete. Si nutre delle caratteristiche intrinseche di questi luoghi e ne prende la forma. Per comprendere e analizzare la reputazione, come costruirla, gestirla e ottimizzarla, i paradigmi precostituiti e le specializzazioni verticali isolate sui singoli canali non funzionano. È necessario piuttosto un sapere ramificato, una data fusion: fusione di skill (digital, matematica, statistica, marketing, comunicazione tradizionale, ricerche di mercato, pubbliche relazioni) che abilitano all'integrazione, alla traduzione intersistemica tra dati eterogenei provenienti da fonti eterogenee, finalizzata all'elaborazione di una sintesi efficace di insight ad altissimo valore, che possano concretamente guidare le scelte strategiche di aziende, management e decision maker in un mondo in cui l'imprevedibilità può avere, se applichiamo la data fusion, un'altissima prevedibilità.

12:00 • 12:20 |

Valentina Tosi - *Head of Marketing* **@Quora in italiano & spagnolo**

Quora come strumento innovativo per aumentare il proprio personal branding

Quora, la piattaforma di domande e risposte fondata nel 2009 a Mountain View in California, oggi vanta più di 200 milioni di utenti unici al mese provenienti da ogni parte del mondo ed è sbarcata in Italia da un anno. Oltre a promuovere l'apprendimento e la condivisione delle conoscenze, è anche un ottimo strumento per conoscere meglio il proprio target, affermarsi come esperti e aumentare il proprio Personal Branding. Analizzeremo insieme alcune best practices ed esempi di successo italiani e internazionali. che ci permetteranno di capire come approfittare di Quora per fare brand awareness.

12:20 • 12:40 |

Vito Petragallo - *CEO* **@SOBRIO – EiSWORLD Group**

La gamification aziendale, dal finance all'automotive

Il progetto "Are you Sure?".
Come trasformare il tema della sicurezza in un progetto di gamification, coinvolgendo 19 paesi e 13 mila dipendenti del Gruppo Magneti Marelli. Case study e "regole del gioco".

12:40 • 13:00 |

Giorgio Santambrogio - *Amministratore Delegato* **@Gruppo VéGé |** *Presidente* **@ADM – Associazione Distribuzione Moderna**

Digital transformation nel settore Retail tra proximity marketing & geofencing. Il Caso VÉGÉ.

La Digital Transformation è "conditio sine qua non" per rimanere protagonisti sul proscenio del retail italiano e mondiale. La diffusione di internet e dei social network ha drammaticamente mutato gli stili di vita e conseguentemente le abitudini e le esperienze d'acquisto di ogni individuo. L'evoluzione digitale di Gruppo VéGé è iniziata nel 1999, con il primo progetto di c-crm (collaborative customer relationship management) ed è continuata per oltre un decennio con il continuo studio del comportamento del cliente all'interno del punto vendita, attraverso l'analisi dei dati tracciati della carta fedeltà. Con il progetto Challenge Smart Shopper VéGé2020, la trasformazione si completa, introducendo ulteriori tematiche di frontiera come il proximity marketing ed il geofencing.

13:00 • 14:00 | LUNCH BREAK

14:00 • 14:20 |

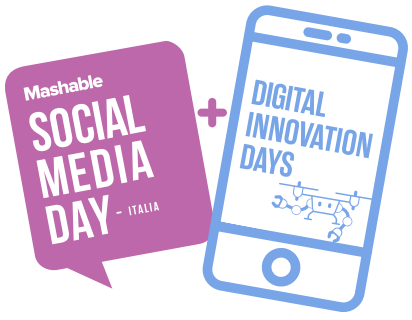
Guido Di Fraia - *Direttore Scientifico Master Social Media Marketing* **@Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM**

ArtificialMENTE: sviluppare le competenze umane per aumentare l'intelligenza artificiale.

La gestione dei dati rappresenta per le aziende l'energia dell'attuale e del prossimo futuro. Un'energia costituita da informazioni, capacità previsionali, possibilità di prendere decisioni e orientare le azioni del management sulla base dei cosiddetti Big Data. Affinché questi dati diventino utilizzabili debbono essere aggregati e trasformati, appunto, in informazioni. Diventa quindi fondamentale essere in grado di farlo applicando al meglio gli strumenti di analisi offerti oggi dall'Intelligenza Artificiale e dal Cognitive Computing.
E' innanzitutto importante demistificare il concetto di Intelligenza Artificiale come qualcosa relativo solo all'evoluzione della "macchine", prendendo le distanze dall'idea che le tecnologie andranno a sostituire la mente umana. E' vero invece l'esatto contrario: sono le caratteristiche "insostituibili" dell'essere umano che diventano sempre più fondamentali: ciò che viene richiesto dalle aziende è infatti la capacità di professionisti in grado di interpretare e spiegare il significato dei dati, traducendoli in informazioni di valore per i decisori, e generando rappresentazioni facilmente comprensibili da chi dovrà utilizzarle. Sono quindi le competenze umane che si rende necessario sviluppare, attraverso una formazione adeguata a conoscere come far "apprendere" le principali piattaforme di cognitive computing e di machine learning aumentando quindi le potenzialità dell'utilizzo dell'AI per le attività di business.

Graphic design by GLOOMY STROKE

VENERDì 19 - SALA 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- IMPRENDITORIA
- DIGITAL MARKETING
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- ECOMMERCE FASHION

TRANSFORM!

14:20 • 14:40 |

Giancarlo Camoirano - *Head of Communication* **@FiloBlu**

E-commerce e fashion nei social media: l'entertainment come leva nel processo di acquisto.

"Il fashion è un settore in continua evoluzione e in rapido cambiamento. Grazie alla specializzazione e al coordinamento dei principali attori in gioco, è possibile realizzare strategie di comunicazione integrate che coniughino social media, digital sale e retail fisico. L'intervento racconta le best practice di settore e come i social media possano rivelarsi un tassello fondamentale della customer journey omnicanale.

14:40 • 15:00 |

Adele Savarese - *Chief Content Officer* **@Ninja Academy**

Digital Forma Mentis.

Tutte le skill per arrivare preparati alla singolarità (e che non ti insegneranno a scuola)

15:00 • 15:20 |

Marianna Ghirlanda - *CEO* **@Dlvbbdo** *| (Ex Head of Creative Agencies* **@Google)**

"Data-telling": Dai dati alle storie.

Le logiche della pubblicità stanno cambiando: più digitale, più rilevante per i consumatori e più efficace per gli inserzionisti. Sempre di più la creatività rappresenta una grande sfida e un'enorme opportunità. Come i dati ci possono aiutare a raccontare storie più rilevanti?

15:20 • 15:40 |

Tiziana Grasso - *Communication Manager* **@Sony Interactive Entertainment Italia**
Giorgio Giordani - *President* **@Spencer & Lewis**

Creatività 4.0: Governare i contenuti per trainare la prossima rivoluzione creativa.

Con l'evoluzione dei pubblici di riferimento, da passivi a interattivi, l'avvento delle nuove tecnologie e dei social media, l'esplosione del fenomeno degli influencer e degli youtuber, il mondo della Comunicazione e della Creatività ha dovuto adattarsi al cambiamento in atto anticipando i tempi e creando delle vere e proprie "rivoluzioni". 3 rivoluzioni creative, ognuna delle quali avvenuta ascoltando in anticipo ciò che stava mutando nelle abitudini e nelle aspettative del pubblico. Siamo nel pieno della 4° rivoluzione creativa (Creatività 4.0) dove a farla da padroni sono i contenuti e chi sarà in grado di governarli. Il Creativo? Resterà un ruolo chiave ma sarà affiancato da chi riuscirà a governare i contenuti. Ne parliamo insieme a Tiziana Grasso, Communication Manager di Sony Interactive Entertainment Italia, leader mondiale nel campo dell'intrattenimento interattivo e digitale, proprietaria del brand PlayStation e della sua gamma di prodotti e servizi.

15:40 • 16:00 |

Riccardo Casiraghi / Stefano Paleari - *Founders* **@Gnambox**

Comunicare online significa sapere cosa chiedere a un content creator. La Case Study GNAMBOX.

I founder di GNAMBOX, progetto editoriale italiano indipendente nato contemporaneamente al boom del mondo social, racconteranno come il loro progetto da passione si sia trasformato in lavoro diventando un canale di comunicazione scelto da diverse aziende. Ribaltando il solito punto di vista, Stefano e Riccardo parleranno del rapporto tra il content creator e gli interlocutori con cui collabora quotidianamente: aziende, consulenti e agenzie. Un'ideale comfort zone da non valicare. O forse sì?

16:00 • 16:20 |

Luca La Mesa - *Top Teacher* **@Ninja Academy | *Presidente* @Procter & Gamble Alumni Italia**

Strategie social vincenti: aggiornamenti e ultimi trend.

Quali sono le migliori strategie social da applicare per avere successo? Quali gli ultimi trend da seguire? Verranno esaminate e analizzate diverse case study di successo, tra le quali quella realizzata per i Giochi Olimpici Invernali di #Peongchang2018.

16:20 • 16:40 |

Francesco Agostinis - *Teacher | Facebook Ads Expert* **@Loop Srl**

Facebook ads ed e-commerce: 7 tecniche per aumentare le vendite

Facebook gioca sempre di più un ruolo fondamentale nel mondo dell'e-commerce. Vedremo insieme 7 tecniche utili per portare nuovi clienti, alzare il valore dei loro acquisti e generare flussi di vendite costante per i nostri siti, senza però perdere margini importanti. Ci concentreremo sia sulla parte tecnica che su quella teorica e vedremo alcuni esempi pratici.

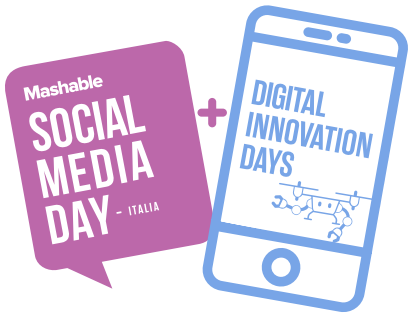
16:40 • 17:00 |

Valeria Santoro - *Country Manager Italia* **@Stocard**

Stocard: evoluzione di un wallet.

4 milioni di utenti in Italia utilizzano Stocard oltre 7 volte al mese per caricare i punti delle carte fedeltà dematerializzate e aggiunte al proprio portafoglio digitale. Un'abitudine ormai consolidata, inizialmente di un pubblico prevalentemente maschile che ha trovato in Stocard la giusta soluzione al problema del limite di spazio del portafoglio fisico e adottata poi anche dal pubblico femminile per comodità e velocità di utilizzo del mondo Loyalty. Tutto il retail rappresentato, oltre 400 insegne, informazioni promozionali e di localizzazione dei negozi, Stocard utilizza tecnologia avanzata per scannerizzare e dematerializzare le carte. Ulteriori sono gli sviluppi tecnologici su cui Stocard sta lavorando per semplificare la vita dell'utente-consumatore nel rapporto con il retail fisico.

VENERDì 19 - SALA 2



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- IMPRENDITORIA
- VISUAL STORYTELLING
- INFLUENCER MARKETING
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- DIGITAL MARKETING STRATEGY

TRANSFORM!

START

10:30 • 10:50 |

Mary Franzese - *Co-Founder & CMO* **@Neuron Guard**

Dal sogno all'impresa: la Case Study NEURON GUARD.

Come un sogno può trasformarsi in una storia di impresa? Quanto le donne sono in grado di andare oltre gli stereotipi e contro le loro paure per mettersi in gioco? Quanto conta la forza e la perseveranza del singolo? E del team? Quanto siamo influenzati dalla paura di fallire? Questo e molto altro nel dietro le quinte di Neuron Guard, una startup italiana di successo, vincitrice di numerose competizioni nel mondo (come l'Intel Global Challenge in California nel 2014), il premio Gaetano Marzotto (nella categoria "Dall'Idea all'Impresa), il Premio Lamarck 2016 e molti altri.

10:50 • 11:10 |

Laetitia Chaillou - *Lifestyle & Travel Blogger* **@ParisianinRome**

Come rendere vincente la propria visual strategy su Instagram.

Alla base del consenso in chiave social c'è innanzitutto il nome giusto - una parigina a Roma – che coniuga esotismo, eleganza alla francese e una leggera ingenuità di fondo, tutte caratteristiche che mi appartengono veramente. Una città che offre scenari pregni di storia ed arte a tutto tondo ha costituito da subito il terreno ideale per il profilo che avevo in mente di lanciare. Se le mie fotografie suggeriscono, le parole nE rafforzano il messaggio visivo. Oggi non vince una bella foto bensì chi ha una storia da raccontare e riesce a coinvolgere emozionalmente gli utenti. Seguo un filo conduttore riconoscibile a tutti, qualcosa che assomiglia sempre meno al mondo oggettivo che tutti vedono e più all'occhio particolare che le guarda.

11:10 • 11:30 |

Nunzia Cillo - *Fashion & Lifestyle Blogger* **@Entrophia**

Influenzare VS Ispirare. Significato e strategie di storytelling emozionale.

In un mondo digital sempre più disorientato e confuso, mi piacerebbe mettere in luce la differenza sostanziale tra "influencer" e "inspiring person": perché l'influencer non è solo colui che "converte in vendite" ma anche e soprattutto colui che spinge il pubblico a riflettere, meditare, innalzarsi, migliorare. Non guru, non motivatori ma "storyteller emozionali" che, nell'ottica del diario virtuale quotidiano, prendono per mano il proprio pubblico. Persone delle quali il pubblico si fida ciecamente. Chi è oggi l'influencer, in un mondo in cui l'engagement può essere comprato? È colui che emoziona, che fa riflettere, che porta il proprio pubblico a leggere 20 righe di copy e rispondere; colui che ha una storia da raccontare e sa rendere il proprio pubblico parte di quella storia.

11:30 • 11:50 |

Fabrizia Spinelli, Nadia La Bella, Ida Galati, Francesca Romana Capizzi & Martina Corradetti - *Fashion & Lifestyle Blogger* **@The Fashion Mob**

Influencer marketing, fashion blogging e lavoro di team. La Case Study THE FASHION MOB. Il primo portale italiano di fashion blogger unite.

Cosa succede se 5 fashion blogger da 27 a 52 anni, completamente diverse fra loro, decidono di allearsi sul web? Ida Galati, Nadia La Bella, Fabrizia Spinelli, Martina Corradetti e Francesca Romana Capizzi con i loro social raggiungono quasi 3 milioni di persone e sono pronte a far ricredere tante donne: nonostante le loro diversità si sostengono l'una con l'altra e credono fortemente che l'unione faccia sempre la forza. Nasce il primo gruppo italiano di fashion blogger che è riuscito a incarnare globalmente il profilo di ogni donna soddisfacendo le esigenze di una moltitudine di brand differenti con 5 interpretazioni sempre diverse. Un vantaggio economico per le aziende (investimento inferiore di tempo per la ricerca e il coordinamento di figure diverse grazie alla scelta di un gruppo preconfezionato e consolidato) e per le 5 influencer che hanno visto il loro lavoro (da imprenditrici solitarie) cambiare radicalmente. Il racconto di un cambia-mento e di un'alleanza nuova: complessità, vantaggi, opportunità e storie concrete di successo.

11:50 • 12:10 |

Kimberly Afonso - International Digital Marketing Consultant

Digital Marketing Trend - Stati Uniti versus Europa del Sud.

Avere un quadro delle tendenze locali nel digital marketing è fondamentale per iniziare a pianificare qualsiasi strategia sui social media.
In questo speech si analizzeranno le differenze chiave tra il digital marketing negli Stati Uniti, in Spagna e in Italia per ottimizzare tempo, sforzi e budget su piattaforme diverse per raggiungere i propri obiettivi di marketing in ambito internazionale. Speech in lingua inglese.

12:10 • 15:00 | LUNCH BREAK

15:00 • 18:00 |

Meet & Greet con gli influencer.

Alvin, Irene Colzi, Luca Vezil, Beatrice Valli, Gabriele Colzi e ancora: Silvia Rossi, Ilaria Sirena e Stefania Rubino de I Trentenni - saranno a disposizione dei partecipanti di #SMDAYIT + #DIDAYS per un momento di networking dedicato!

Graphic design by GLOOMY STROKE

VENERDì 19 - SALA 3

Mashable SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA + DIGITAL INNOVATION DAYS

L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

WORKSHOP GRATUITO
WORKSHOP A PAGAMENTO

TRANSFORM!

START

10:00 • 12:00 |

Fabrizio Faraco - Strategist | Trainer | Mentor | Facilitator

Lego® Serious Play® + Lean Model Canvas.

Saper valutare il modo migliore di portare avanti il proprio business in base al mercato di riferimento, conoscere tutti gli elementi che determinano un business di successo e il delicato equilibrio con cui sono connessi è l'obiettivo del Lean Model Canvas. Con la metodologia LEGO® SERIOUS PLAY® esplorerete un modo per dar forma alle vostre idee e stimolare il pensiero divergente in cerca di soluzioni efficaci e vincenti.

· Come nasce la metodologia LEGO® SERIOUS PLAY®.
· Identità del progetto imprenditoriale attraverso la metodologia LEGO® SERIOUS PLAY®.
· Il Lean Startup Canvas e il Minimum Viable Product.
· Costruiamo il modello di business con la metodologia LEGO® SERIOUS PLAY®.
· Dalla persona alla value proposition attraverso il match tra problema e customer segment.
· Come raggiungere i customer attraverso la soluzione e i canali.
· Come verificare il nostro ruolo attraverso le metriche e le nostre unicità.
· Revenue Stream e Cost Structure
· La discovery.

12:00 • 13:00 |

Nicoletta Crisponi - *Founder* **@Il Filo di Nicky**

Travel blogging: 10 step per trasformare i tuoi viaggi in un lavoro (...e viaggiare di più)

- l'importanza della brand identity
- come e dove strutturare il proprio piano di comunicazione
- blogger, influencer o entrambe le cose?

13:00 • 15:00 | LUNCH BREAK

15:00 • 17:00 |

Manuele Caddeo - *Technical Specialist* **@Google**

Google Tag Manager: tecnica a disposizione dell'advertiser. Workshop a pagamento.

· A cosa serve e perché usare Google Tag Manager.
· Strutturare una strategia di tag management.
· Installazione e funzionamento di Tag Manager.

17:00 • 18:00 |

Manuele Caddeo - *Technical Specialist* **@Google**

Google Analytics: interpretare i dati. Workshop a pagamento.

· Setting e impostazione di un account Google Analytics.
· Leggere ed interpretare i dati.
· Utilizzare i dati per elaborare strategie di advertising.

Mashable SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA + DIGITAL INNOVATION DAYS

SEGUICI SUI SOCIAL!

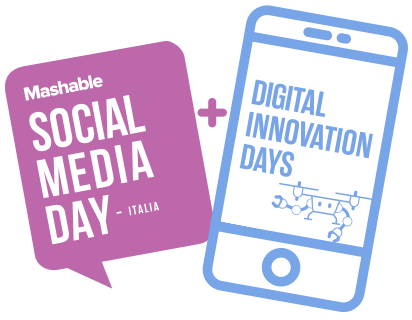
Graphic design by GLOOMY STROKE

Mashable SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA + DIGITAL INNOVATION DAYS

PROGRAMMA

SABATO 20

SABATO 20 - SALA 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- IMPRENDITORIA
- DIGITAL MARKETING
- MARKETING STRATEGY
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- BRAND JOURNALISM
- INNOVATION
- ADVERTISING STRATEGY
- YOUTUBE STRATEGY

INNOVATE!

START

09:00 • 09:20 |

Francesco Pozzobon - Chief Marketing Officer / Patrick Abbattista - *Digital Marketing Manager* **@Copernico Group**

Spazi, esperienze, network e strategie digitali: il punto di connessione fra fisico e digitale nel mondo del lavoro che cambia.

Il mondo del lavoro non ha più confini! Trend e community fluide mutano e dilatano i contesti fisici nei quali accadono connessioni, si sviluppano relazioni e si generano opportunità. Gli spazi che diventano luoghi, le community che prendono forme in ecosistemi, la conoscenza che diventa esperienza: sono questi i fattori di una nuova equazione del lavoro che cerca la sua soluzione nel punto di connessione fra fisico e digitale! Quali assumption? Ne parliamo noi e e il pubblico di #SMDAYIT + #DIDAYS.

9:20 • 9:40 |

Slade Sundar - *Entrepreneur | Speaker | Mentor | Founder* **@KRKN**

Silicon Valley, Silicon Forest e Europa: ecosistemi imprenditoriali a confronto.

Dopo aver trascorso numerosi anni tra la California, la Florida e l'Europa lavorando all'interno di diversi ecosistemi imprenditoriali, Slade condividerà con il pubblico una riflessione su cosa sia necessario fare per rendere efficace una startup community, mettendo a confronto i diversi ecosistemi.
Speech in lingua inglese.

9:40 • 10:00 |

Chimeren Peerbhai - *Global Digital Product Manager* **@GSK (GlaxosmithKline)**

Case Study Shopper Science Lab. La Case Study GSK.

Verrà spiegato come utilizzare nuove tecnologie come AR (Augmented Reality) e VR (Virtual Reality) per testare, convalidare e modellare l'offerta di prodotti di consumo per garantire risultati di maggiore impatto.
Speech in lingua inglese

10:00 • 10:20 |

Alessandro Rimassa - *Co-founder* **@TAG Innovation School**

Content: un re a 3 teste!

La storia di Talent Garden che lancia TAG Innovation School. Come si fa, a livello digital marketing, a imporre da zero una nuova scuola che in brevissimo diventa leader nella formazione al digital a e all'innovazione in Italia? Alessandro Rimassa, cofondatore e CEO, racconta come e perché ha puntato tutto sul contenuto. Content come content marketing, come content design, come content lecture.

10:20 • 10:40 |

Daniele Chieffi - *Head of Digital Communication and Content Factory* **@AGI**

Digitale e nuovi giornalismi. Dalla cronaca allo storytelling.

L'ecosistema digitale e i social network stanno trasformando le aziende in media company, per la necessità di raccontare e raccontarsi direttamente ai propri stakeholder. Per far questo si parla sempre più spesso di brand journalism ma è un giornalismo piegato alle esigenze della comunicazione aziendale o una tecnica? L'essere giornalisti impone poi, anche a chi racconta le aziende, le stesse regole deontologiche ed etiche? Un viaggio fra nuovi strumenti di comunicazione, nuove tecniche e professioni.

10:40 • 11:00 |

Gabriele Figus - *Head of Social* **@Ploomia**

Il Micro influencer marketing per la promozione delle attività artistico-culturali.

Come utilizzare al meglio questo importante strumento di marketing digitale per ottenere risultati di business concreti anche con budget ridotti. Case study e strategie per creare un rapporto di fiducia duraturo con la propria audience e promuovere un brand nel settore della cultura e della formazione.

11:00 • 11:20 |

Bruno Bertelli - *Global Chief Creative Officer* **@Publicis WW /** *CEO* **@Publicis Italia**
Damiano Crognali - Creative Strategist & Journalist

Pubblicità e creatività: gli ingredienti del successo.

La creatività è contagiosa. Trasmettila. Qual è il "kit creativo", il mindset del pubblicitario? Un momento di confronto sulla creatività pubblicitaria e su quali sono gli ingredienti fondamentali di una campagna di comunicazione creativa, tra il giovane creativo Damiano Crognali e uno dei più noti pubblicitari del panorama mondiale.

11:20 • 11:40 |

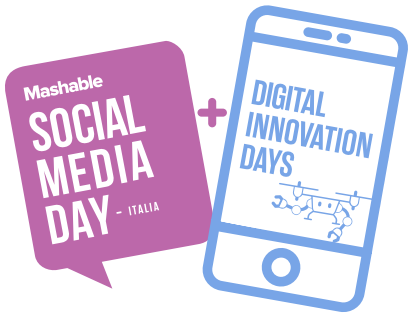
Tess Masazza - *YouTube Influencer & WebStar* **@Insopportabilmente Donna**

Dai social, alla TV e al Cinema. Simpatia, contenuti brillanti e creatività. Il segreto del successo di Tess Masazza.

Francese di nascita e milanese d'azione, è diventata una star grazie a Facebook. Come è riuscita Tess Masazza a costruire una webserie così seguita come Insopportabilmente Donna e a renderla il trampolino di lancio per una carriera di successo che l'ha portata prima in TV e poi addirittura al cinema? Queste e molte altre domande le verranno poste in questa intervista esclusiva per il pubblico del Mashable Social Media Day Italy.

Graphic design by GLOOMY STROKE

SABATO 20 - SALA 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- DIGITAL MARKETING
- DIGITAL MARKETING STRATEGY
- INNOVATION
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- SOCIAL MEDIA MARKETING
- DIGITAL TRANSFORMATION

INNOVATE!

11:40 • 12:00 |

Antonio Gatti - *Digital Transformation Advisor* **@Microsoft**

Your product is now your service, your service is now your product: la #platformeconomy per costruire il futuro tra efficienza operativa e nuovi modelli di business.

Come può un'azienda trasformare il proprio prodotto mediante una logica di digital platform? In questa sessione scopriremo il percorso evolutivo-trasformativo di una grande multinazionale del manifatturiero nell'adozione di un modello di digital platform, per rinnovare la propria offerta sul mercato partendo dall'efficientamento dei processi produttivi per arrivare all'introduzione di un nuovo modello di business.

12:00 • 12:30 |

Giovanni Iozzia - *Direttore responsabile* **@EconomyUp**
Eleonora Rocca - *CEO & Founder* **@Mashable Social Media Day Italy + Digital Innovation Days**

PREMIAZIONE VINCITORI STARTUP COMPETITION

Presentano GIOVANNI IOZZIA, Direttore responsabile di EconomyUp & ELEONORA ROCCA, CEO & Founder di Mashable Social Media Day Italy + Digital Innovation Days

12:30 • 14:20 | LUNCH BREAK

14:20 • 14:40 |

Barbara Gasperini - *Reporter, Blogger, Author freelance* **@SkyTg24, @La7, @Raiuno & @CorriereRoma**

Dalla TV ai social: l'innovazione tecnologica sempre più trasversale.

La comunicazione, l'informazione e lo storytelling oggi non sono più circoscritte ai soli ""old media"" ma trovano nelle piattaforme digitali un pubblico più preparato e interessato grazie alla verticalizzazione per temi e settori consentita dal web.
Il target della comunicazione cambia e muta di conseguenza anche il linguaggio con cui si esprime il messaggio e il prodotto video, live o edited, ne è principale vettore.
Nella comunicazione delle nuove tecnologie e realtà innovative, la trasversalità delle piattaforme utilizzate è fondamentale per la diffusione del contenuto e per intercettare un pubblico eterogeneo con l'obiettivo di diffondere quanto più possibile la rivoluzione digitale e tecnologica in atto.
Barbara Gasperini presenterà le sue recenti esperienze.

14:40 • 15:00 |

Marta Ghiglioni - *Consultant for Innovation in FinTech & RegTech / Leadership Team* **@SingularityUMilan**

Tutto quello che (non) è vero sul tema blockchain.

Viaggio attraverso il mondo blockchain : verrà spiegato, in modo semplice e accessibile, in cosa consiste questa tecnologia, sfatando i falsi miti più diffusi attraverso un attento esame di casi studio di successo e altamente innovativi da tutto il mondo.

15:00 • 15:40 |

Eleonora Chioda - *Caporedattore* **@Millionaire**

Blockchain, Bitcoin, ICO e criptovalute: come capirne di più e fare impresa

Panel di discussione con Christian Ferri, l'evangelista italiano della Blockchain nel mondo - in collegamento da San Francisco; Vincenzo Di Nicola, Co-Founder di Conio, l'app per comprare e vendere Bitcoin in modo facile e sicuro; Francesco Nazari Fusetti, CEO di CharityStars, la prima startup italiana a concludere con successo una ICO; Federico Pacilli, esperto di blockchain e ICO, Co-founder di Xriba (contabilità su blockchain); Federico Pecoraro, CEO di Chainblock, ha portato in Italia il primo bancomat Bitcoin. Modera: Eleonora Chioda.

15:40 • 16:00 |

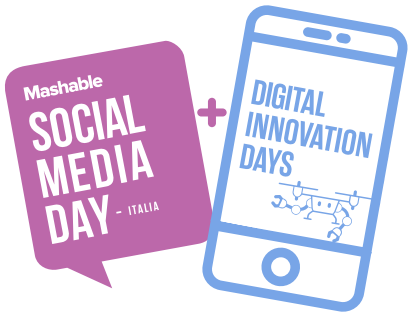
Gian Luca Comandini - *Founder* **@You & Web**

Una giornata del futuro: tra IoT & blockchain.

Ci immergeremo in una giornata nel futuro. Un futuro tanto fantascientifico quanto estremamente vicino. Avremo 500 miliardi di oggetti intelligenti: come li utilizzeremo? La blockchain quali altre applicazioni avrà oltre a quella economica? Tutto questo verrà affrontato con una visione futuristica e pratica di come potremo utilizzare le nuove tecnologie per continuare a fare quello che facciamo ogni giorno: ricercare comodità nella vita e risparmiare tempo al lavoro per dedicarlo alla nostra umanità.

Graphic design by GLOOMY STROKE

SABATO 20 - SALA 1



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- DIGITAL STRATEGY
- INNOVATION
- WOMEN EMPOWERMENT

INNOVATE!

16:00 • 16:20 |

Pepe Moder - *Conduttore #RadioNext* **@Radio 24 / Guido Lucarelli -** *Founder & CEO* **@B2X - Gruppo ISED S.p.A**

L'e-commerce è ancora digital? La gestione delle vendite online nei conflitti di canale e organizzativi aziendali.

La maggior parte delle aziende affronta l'ecommerce come progetto digitale e non come canale di vendita vero e proprio, inserito all'interno di una strategia digitale multicanale. Così accade che in azienda non siano chiari gli obiettivi e la governance, che i risultati non arrivino, che i costi superano di gran lunga gli introiti. E ci si chiede se non valga la pena spostare tutto sui retailer online come Amazon.
Ma è davvero un prendere o lasciare? Qual è il corretto approccio strategico? Come gestire la governance interna? Come definire un corretto mix di prodotti, prezzi, servizi per differenziare le politiche di canale? A queste e ad altre domande daremo risposta durante il nostro intervento.

16:20 • 16:40 |

Gianandrea Ferrajoli - *Presidente* **@Federauto Trucks Italia & @CECRA Bruxelles**

L'evoluzione dei trasporti: l'Internet of Things riscrive il DNA di un settore.

Il trasporto pesante 1.0 ha le sue responsabilità in una serie di eventi dannosi per il pianeta: 37 gigatonnellate di anidride carbonica emesse nel 2017; surriscaldamento globale e sconvolgimenti metereologici. Cambiare direzione si può, grazie a un potente alleato: l'innovazione. Un viaggio alla scoperta dell'IoT al servizio dell'ecosostenibilità.

16:40 • 17:00 |

Valeria Pittaluga - Public Speaking & Positive Psychology Coach

Il potere della Leadership al Femminile.

La Case Study del progetto Women Speakers

17:00 • 17:10 |

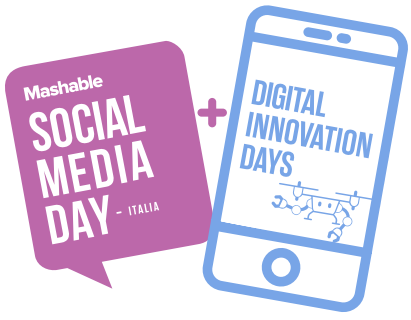
VIDEO SORPRESA



SEGUICI SUI SOCIAL!

Graphic design by GLOOMY STROKE

SABATO 20 - SALA 2



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- IMPRENDITORIA
- DIGITAL MARKETING
- MARKETING STRATEGY
- SOCIAL MEDIA MARKETING

INNOVATE!

START

10:00 • 10:20 |

Christian Oliver Harris - *Director, Customer Success* **@Persado**

L'intelligenza artificiale e il potere delle emozioni.

Tutti sanno che le emozioni hanno un ruolo chiave nei processi decisionali, ma come i marketers possano utilizzarle per massimizzare i risultati è spesso lasciato all'intuizione e al pregiudizio. Con il passaggio delle conversazioni dal negozio all'online, l'intelligenza artificiale diventa la chiave per fornire un approccio scientifico e data-driven alle emozioni. Verranno discusse diverse Case Study firmate Persado.

10:20 • 10:40 |

Francesco Mancino - *CEO* **@Leevia**

Contest online: come farli e perché, due casi di studio

Il mercato si evolve, i social più diffusi sono ormai diventati paid media e i brand hanno sempre più bisogno di ingaggiare i propri utenti con strategie innovative. Vedremo quindi come migliorare una strategia social con un contest online e trasformare i like in lead profilati, attraverso due casi studio di successo, da due brand di settori diversi.

10:40 • 11:00 |

Francesco Milanesio - *Executive Creative Director* **@Triplesense Reply**

Benvenuti nel World Wide Video. Pillole per una content strategy di successo.

I video rappresentano uno strumento di marketing e di comunicazione digitale potentissimo. YouTube è il secondo più grande motore di ricerca al mondo; i video aumentano le conversion sino al 300%, sono veloci e immediati da fruire. L'istituto Nielsen sostiene che il 64% dei marketer ritiene che il video marketing avrà un ruolo dominante nelle proprie strategie presenti e future. Non è difficile capire perché. Ma come fare per utilizzare al meglio un'arma così efficace? Nella sessione verranno presentati alcuni suggerimenti da tener a mente quando si inizia a progettare una video contet stategy. Saranno analizzati i bisogni a cui è necessario rispondere e le motivazioni che spingono un utente alla condivisione. In più, sarà un'occasione per raccontare il progetto di content strategy reallzzato da Triplesense Reply per presentare l'intera gamma Lancia Ypsilon.

11:00 • 11:20 |

Dario Cardile - *VP Growth Marketing* **@Altisource, Owners.com & @Hubzu.com**

Growth hacking e nuove frontiere del marketing digitale.

In questo talk verra' spiegato come attraverso il Growth Hacking sia possibile stabilire una centralità del consumer marketing, mettendo insieme Prodotto, Strategie di Marketing e Analytics per far crescere le aziende in maniera esponenziale ed a costi contenuti. Dopo una breve introduzione sulla disciplina del growth hacking, verranno esaminati casi concreti e risultati derivani da una solida esperienza sul campo.

11:20 • 11:40 |

Giacomo Arcaro - *CEO* **@Black Marketing Guru** / *Investor* **@Strateg.ee**

Un approccio non convenzionale al growth hacking.

Attraverso casi concreti di piccole e medie imprese, capiremo cosa vuole dire fare marketing non convenzionale usando trucchi per ingannare i media, e in alcuni casi anche "distrocere" la realtà.

11:40 • 12:00 |

Gherardo Liguori / Virginia Tosti - *Co-Founders* **@Start2Impact**

Come coinvolgere la Generazione Z? La Case Study START2IMPACT.

Start2Impact crea talenti digitali under20 e dà loro modo di mettersi alla prova mettendoli in contatto con diverse realtà che riguardano loro territorio. Verranno presentati diversi esperimenti di growth hacking, uno dei quali ha permesso di aumentare di 10 volte il tasso di retention degli studenti.

12:00 • 12:20 |

Federico Oliveri - *Digital Strategy & Pre-sales Manager* **@Socialbakers**

Social analytics e influencer marketing: la Case Study SOCIALBAKERS per Nike Francia.

Una Case Study dedicata all'esperienza di Nike Francia su come selezionare i migliori influencer per il target di riferimento grazie all'AI (match degli interessi); valutare le performance degli autori grazie ai social analytics; realizzare un bechmark di campagne e partner dei concorrenti grazie alle social media dashboard.

12:20 • 14:30 | LUNCH BREAK

Graphic design by GLOOMY STROKE

SABATO 20 - SALA 2

Mashable SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA + DIGITAL INNOVATION DAYS

L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

- SOCIAL MEDIA MARKETING
- INNOVATION
- INFLUENCER MARKETING

INNOVATE!

14:30 • 15:15 |

Chiara Dal Ben - *Head Of Influencer Network* **@Venicemesh**

Influencer marketing e piani di comunicazione: facciamo il punto su strategia e misurabilità dei risultati.

Panel di discussione a tema influencer marketing con: Marco Marranini, COO Europe @Open Influence; Federica Lupoli, Digital Marketing Manager @Yves Saint Laurent Beautè; Chiara Fornari, Founder & CEO @Ready To Fly; Nicholas Montemaggi, Marketing Director @iAmbassador; Nicoletta Longo, Digital PR @Omnicom Media Group; Marco Cartasegna, Influencer e Filippo Tognola, CEO @Venicemesh. Modera: Chiara Dal Ben.

15:15 • 15:35 |

Alberto Maestri - *Chief Content Officer* **@Open Knowledge (BIP GROUP) / Francesco Gavatorta** - *Head of Strategy* **@Instant Love**

Storytelling + blockchain: un approccio convergente per assicurare alle aziende un futuro di valore.
Nuove ricette ed ingredienti per progettare storyworld e customer experience belle da vivere e buone da condividere.

Il modo di concepire la relazione tra marca e consumatore è mutato, per sempre. Anche grazie all'avvento dei media digitali, è ormai consolidata l'affermazione di un legame basato sulla condivisione di tensioni valoriali comuni e di sensibilità collettive, dove la marca e la persona si incontrano per vivere esperienze memorabili, ri-bilanciate sempre più verso il piano valoriale. Ciò impatta con forza, sia sullo sviluppo dello storyworld di marca, sia sulla customer experience, la cui progettazione deve sempre più veder intrecciare la dimensione concreta del consumo con quella del value. Partendo da questa mutazione, nello speech cercheremo di comprendere come, applicando pattern di design della customer experience alle "regole" dello storytelling e a nuovi approcci concettuali come la blockchain, sarà possibile sviluppare ecosistemi narrativi di marca che facciano vivere esperienze veramente innovative (e indimenticabili) alla persona.

15:35 • 15:55 |

Paolo Guglielmoni - *Founder* **@RADS. Responsive Ads**

Viral advertising e creatività. Quali sono le strategie vincenti?

La popolarità virale di un contenuto social spesso fa un gran bene solo a chi l'ha creato, ma non sempre risulta essere la chiave di volta per i brand che lo hanno commissionato. Breve viaggio attraverso alcune case study italiane e internazionali, per conoscere le dinamiche del viral advertising buono.

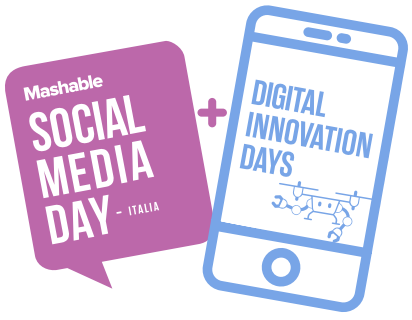
Mashable SOCIAL MEDIA DAY - ITALIA + DIGITAL INNOVATION DAYS

SEGUICI SUI SOCIAL!

http://mashablesocialmediaday.it/

Graphic design by GLOOMY STROKE

SABATO 20 - SALA 3



L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

WORKSHOP GRATUITO
WORKSHOP A PAGAMENTO

INNOVATE!

START

09:00 • 09:45 |

Daniele Alberti - *Co-founder & Partner* **@ Bakeka.it** *Founder & President* **@Starboost**

Company creation - crea la tua attività imprenditoriale.

Il percorso di company creation è volto a spiegare il processo di creazione di una nuova iniziativa imprenditoriale, affrontando e risolvendo, attraverso una metodologia innovativa, le tematiche necessarie a creare una società con solide basi legali, strategiche e organizzative, con il minor investimento finanziario possibile. L'obiettivo del percorso è quello di supportare gli imprenditori o i team imprenditoriali in pre-costituzione, nell'applicazione, a livello pratico, dei contenuti teorici appresi, per creare la propria azienda facendo sin dall'inizio i passi giusti.

10:00 • 11:00 |

Francesco Ecclesie - *Founder* **@LeWagon Milano**

UI Design Crash - crea la tua app.

- Le migliori fonti d'ispirazione per creare la tua web app.
- Definizione degli asset e delle risorse che ti servono per realizzarla.
- Scopri le "rules of thumb".
- Impara a disegnare la tua app grazie agli strumenti più utilizzati al momento: Sketch e Figma.

11:00 • 12:30 |

Vladimiro Bilancetti - *Head of Business Development EMEA* **@Applift**

L'App adverting lifecycle: strategie per la crescita e il successo della tua app.

- Le tre fasi del ciclo di vita di una app: il lancio, la crescita e la ritenzione dei migliori utenti .
- Quali sono gli strumenti, le tecniche e le principali piattaforme di acquisizione da utilizzare .
- Esercitazione pratica: come lanciare e far crescere la tua app.
- Presentazione dei risultati.

12:30 • 15:00 | LUNCH BREAK

15:00 • 15:30 |

Francesca Ferrara - Communication Consultant | Multimedia Journalist & Net Newsmaker| Event Organizer

Mobile communication.

Lo Smartphone: una pocket multimedia consolle per accedere ai nuovi strumenti del comunicatore digitale.
• Video & mobile photography tra nuove tecnologie e software.
• App per lo storytelling.
• Tools&tips per mobile journalism/communication.

15:30 • 17:00 |

Carlotta Orsenigo - *Co-director International Master in Business Analytics & Big Data* **@MIP - Politecnico di Milano**

Machine learning. Workshop a pagamento.

- Che cosa è il machine learning e in quali ambiti può essere applicato (marketing, healthcare, social network, ecc)
- Quali sono i principali metodi di machine learning
- Come impostare e condurre con successo un'analisi di machine learning mediante la descrizione di casi di studio
- Analisi di dati reali attraverso l'uso di ambienti di machine learning.



SEGUICI SUI SOCIAL!

http://mashablesocialmediaday.it/

Graphic design by GLOOMY STROKE

MEET & GREET CON GLI INFLUENCER

Concepito come la naturale evoluzione del testimonial, l'influencer è la persona che riesce a orientare le idee, i gusti e i consumi di una specifica nicchia per via di una competenza collettivamente riconosciuta e un'identità ben definita. Dall'industria del fashion a quella del food, il Mashable Social Media Day Italy + Digital Innovation Days ospita con orgoglio i professionisti che dettano l'agenda digitale dei rispettivi settori di riferimento. **Il 19 Ottobre in SALA 2 , dalle ore 15 alle ore 18:00 sara' possibile fare domande da vicino ed interagire con alcuni tra i piu' importanti influencer italiani tra i quali: Irene Colzi (@ireneccloset), Luca Vezil (@LucaVezil), Beatrice Valli (@ValliBeatrice) Gabriele Colzi (@GabDetails) e molti altri.**

Un momento di condivisione importante per poter assaporare un approccio one to one e farsi raccontare piccoli e grandi segreti da chi ha saputo trasformare la propria passione in un lavoro.

Openinfluence



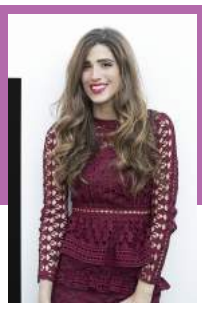
ALBERTO BONATO ALVIN



IDA GALATI



FRANCESCA ROMANA CAPIZZI



FABRIZIA SPINELLI



NADIA LA BELLA



MARTINA CORRADETTI



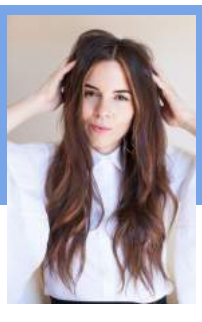
NUNZIA CILLO



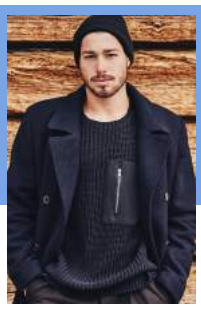
GABRIELE COLZI



BEATRICE VALLI



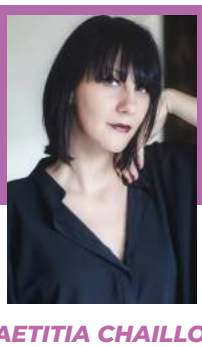
IRENE COLZI



LUCA VEZIL



FJONA CAKALLI



LAETITIA CHAILLOU



TESS MASAZZA



LAURA RENIERI



I TRENTENNI
(STEFANIA RUBINO, SILVIA ROSSI & ILARIA SIRENA)

WORKSHOP

I Workshop sono momenti di formazione interattiva, che prevedono lo svolgimento di attività pratiche ed un contatto molto più diretto con il relatore/docente. Verranno forniti spunti pratici rispetto a una serie di temi del mondo del Digital Marketing e dell'Imprenditoria. Tutti e tre i giorni in SALA 3 si alterneranno Workshop Gratuiti e a pagamento sulle seguenti tematiche:

• Personal branding per il business. Come creare una strategia di personal branding vincente

• La User Experience nel Food delivery (workshop gratuito realizzato a cura di Foodora)

• Tecnogiornalismo: raccontare i fatti attraverso video a 360 gradi, Facebook Live, realtà virtuale, intelligenza artificiale e droni

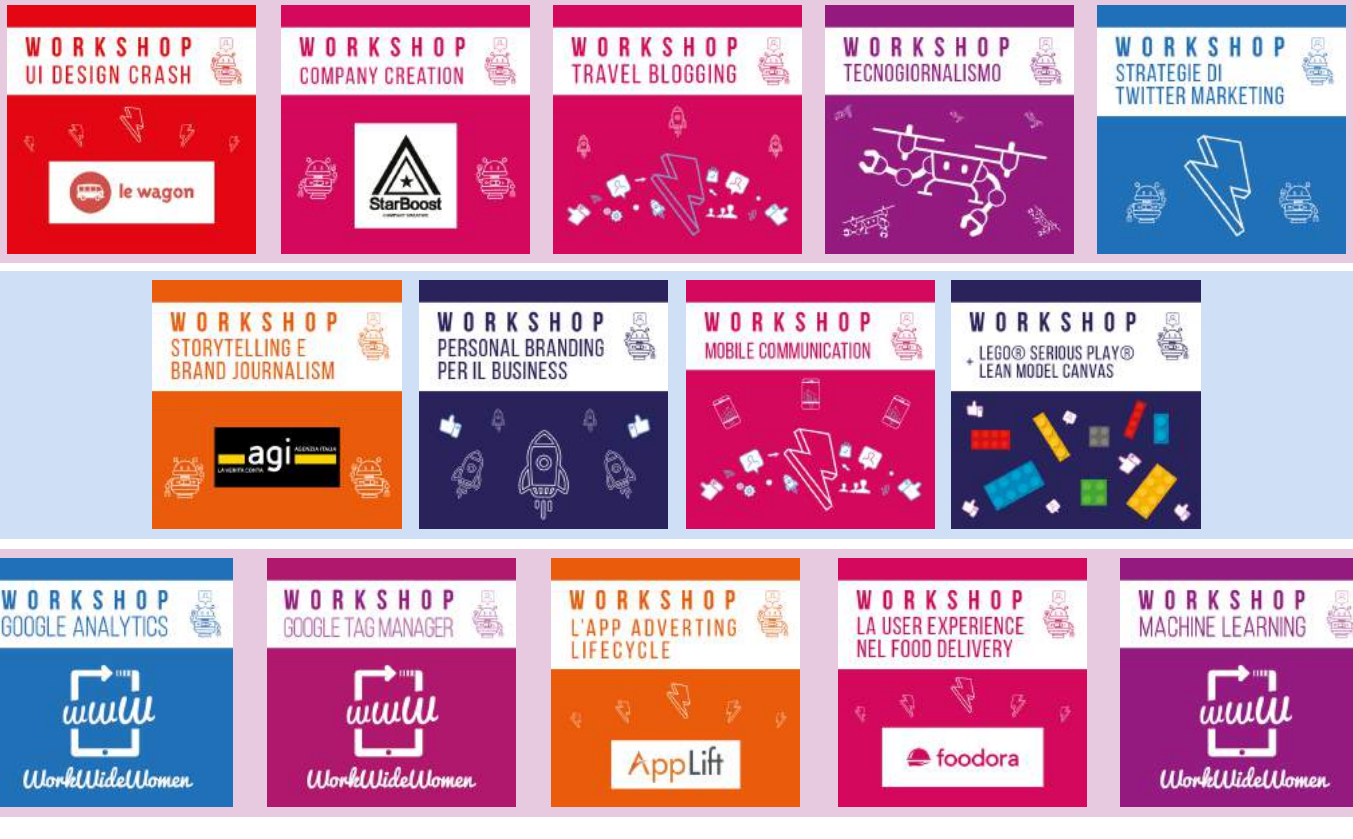
• Storytelling e Brand Journalism. Le nuove tecniche di corporate communication • LEGO® SERIOUS PLAY® + Lean Model Canvas • Google Tag Manager: tecnica a disposizione dell'advertiser

• Google Analytics: interpretare i dati • Company creation – crea la tua attività imprenditoriale

• UI Design Crash – crea la tua app

• L'App adverting lifecycle: strategie per la crescita e il successo della tua app • Machine learning

Dai un'occhiata al programma e scopri dettagli e orari dei nostri workshop



STRATEGIE DI TWITTER MARKETING PER IL TUO PERSONAL BRAND + TWEET - APERITIVO

Condividere la passione per il mondo digitale e per il buon cibo. Esiste qualcosa di meglio? Giovedi' 18 Ottobre dalle 16:30 ALLE 17:30 scopriremo insieme perché Twitter è un ottimo strumento per aumentare il proprio personal branding, creando una strategia che darà risultati già in 30 giorni. I guru del web marketing affermano che Twitter è morto, ma la verità è che rimane l'unico strumento che permette di raggiungere un pubblico in target, organicamente e senza necessità di investire del budget in ads (come è invece necessario fare per Facebook e Instagram). Verranno affrontati 5 topic principali:

• Creare un tweet perfetto e un profilo ottimizzato • Costruire una community attorno al tuo brand personale

• Creare una valida strategia di content curation

• Analizzare i dati con un tool di analysis e creare un report

• Portare traffico al tuo profilo tramite altri social e viceversa Potremo gustare deliziosi tramezzini, focacce, sushi e noodles offerti dal nostro Sponsor Foodora e accompagnare il tutto con un buon bicchiere di vino a cura di Ciù Ciù Azienda Agricola.

• A #SMDAYIT + #DIDAYS la formazione si unisce sempre al networking e al divertimento!

Non mancare Giovedi' 18 Ottobre in Sala "Our Food" a partire dalle 17.30*

*Attenzione: il Twitter Aperitivo e' a numero chiuso e riservato soltanto ai partecipanti al Workshop

Graphic design by GLOOMY STROKE

L'APP UFFICIALE DELL'EVENTO

justbit



La quinta edizione di #SMDAYIT + #DIDAYS torna con un'app tutta rinnovata e ancor più user friendly. Una vera e propria guida speciale per visualizzare comodamente e scegliere in anteprima i tuoi speech preferiti con e non solo! La nuova app del Mashable Social Media Day 2018 realizzata da Just Bit ti permette di avere a disposizione anche un social wall attraverso il quale poter entrare in contatto con partecipanti, speaker e ospiti dell evento. Inoltre, grazie ad un photoboot virtuale, sara' possibile scattare e condividere istantaneamente tutte le tue foto con gli hashtag ufficiali dell'evento : #SMDAYIT + #DIDAYS! Infine, aggiornamenti costanti e comunicazioni in diretta minuto per minuto, ti terranno aggiornato/a su tutto ciò che accade e accadrà durante questa fantastica tre giorni!

COME SCARICARE L'APP

L'app è scaricabile gratuitamente negli store Android e Apple

- CLICCA QUI PER SCARICARE LA TUA APP!

Available on the App Store

ANDROID APP ON Google play

- OPPURE ACCEDI AL TUO APP STORE E CERCA MASHABLE #SMDAYIT
- CLICCA SU DOWNLOAD, INSERISCI CREA (L'ACCOUNT VA CREATO NON INSERITO) I DATI DEL TUO ACCOUNT SE RICHIESTI, E IL GIOCO E' FATTO!
- ORA PUOI COMINCIARE AD ESPLORARE IL MONDO DI #SMDAYIT + DIDAYS

COME UTILIZZARE L'APP

Programma.

Per organizzare al meglio le tue giornate di formazione!

Comunicazioni.

Per ricevere in tempo realte tutti gli ultimi aggiornamenti (Non dimenticare di attivare le notifiche direttamente dall'app)

Social Wall & Business Matching.

Per incontrare virtualmente partecipanti e relatori.

Photobooth.

Per scattare e condividere foto con la cornice ufficiale e gli hashtag di #SMDAYIT + #DIDAYS!

CI VEDIAMO SULL'APP, NON PUOI MANCARE!

SEI PRONTO A ENTRARE NEL FUTURO?

SCOPRI TINABA MAIN SPONSOR DI #SMDAYIT + #DIDAYS!



A un anno di distanza, Tinaba torna sul palco del Mashable Social Media Day per incontrare il suo pubblico e svelare in esclusiva le prossime innovazioni della app.

Non perderti l'appuntamento con Tinaba - la startup che ha cambiato una volta per sempre il modo di gestire il denaro!

Giovedì 18 Ottobre alle 11.50 in Sala 1, Matteo Arpe - Amministratore delegato e fondatore Di Tinaba - racconterà la Rivoluzione Fintech: oltre i Pagamenti e spiegherà perché il futuro è di chi conosce il cliente.

COS'È TINABA?

- La prima app fintech utilizzabile in tutto il mondo;
- La prima tecnologia bancaria che rende possibile condividere il denaro con più persone in modalità social;
- La prima startup innovativa integrata nativamente con una Banca;
- La prima soluzione di pagamento digitale che azzera le commissioni, sia per iclienti, sia per gli esercenti e
- mette questi ultimi nelle condizioni di competere con le grandi piattaforme online di e-commerce.

COSA PUOI FARCI?

- **CONDIVIDI I SOLDI**
  per un regalo, un viaggio, le spese di tutti i giorni.

- **PAGA**
  Salta la fila, dividi il conto e molto altro ancora Direttamente dall'app, inquadra il QR Code che ti mostrerà l'esercente sul suo dispositivo. Verifica l'importo e conferma il pagamento: la transazione avverrà istantaneamente.

- **RISPARMIA**
  Metti da parte qualcosa a ogni acquisto o quando vuoi tu

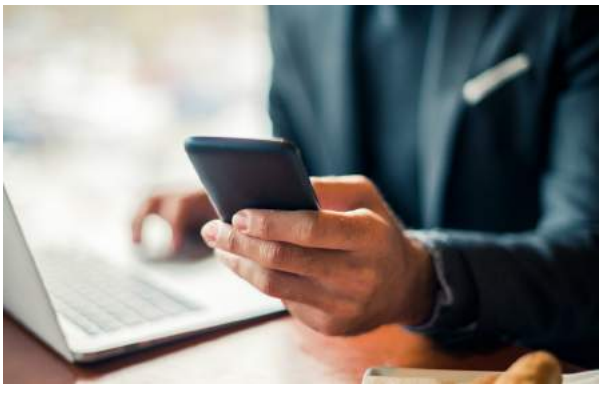
- **UTILIZZA LA CARTA DI CREDITO FISICA**
  La prepagata che ricarichi a costo zero. La ricevi direttamente a casa tua in pochi giorni senza costi di spedizione. Se il negozio dove stai facendo acquisti non è ancora convenzionato Tinaba, con la carta potrai effettuare il tuo pagamento. A costo zero.

Scarica l'app nel tuo APP STORE ANDROID o iOS

- In fase di registrazione inserisci il codice MASHABLE18
  Riceverai fino a 20 Euro di cashback prima corsa pagata in taxi con la App, sulle vetture 026969.

- Inoltre, riceverai 5 Euro di welcome bonus da spendere presso gli esercenti convenzionati, tra cui i food truck presenti all'evento!

È possibile registrarsi a Tinaba da app o via web, in pochi minuti e tenendo a portata di mano un documento di riconoscimento e il codice fiscale. Chi si registrerà in questi giorni inserendo il codice MASHABLE18 riceverà 5 euro di welcome bonus da spendere in tutti gli esercenti convenzionati Tinaba, inclusi i food truck presenti all'evento.







MOBILITY PARTNER

DRIVE NOW ITALY

DriveNow è il carsharing service di BMW, presente in 9 paesi europei con 6 mila veicoli, a Milano è presente con 500 nuove BMW e MINI, di 8 modelli diversi. DriveNow garantirà la presenza di auto (BMW e MINI) a copertura dell'evento nelle vicinanze di IULM Open Space.

Presentati al banchetto DriveNow i giorni dell'evento per usufruire delle offerte!

AVRAI L'ISCRIZIONE GRATUITA AL SERVIZIO DI CAR SHARING (INVECE DI 229 €) + MINUTI IN OMAGGIO PER I CLIENTI GIÀ ISCRITTI!

MIMOTO

Sapevi che a Milano è da poco arrivato Mimoto ?, il primo servizio di scooter sharing elettrico made in Italy! La mission di MiMoto è offrire un servizio innovativo ed ecosostenibile ai propri utenti contribuendo alla costruzione di città sempre più vivibili, smart & green. Iscriviti e scarica l'App per avere uno scooter sempre a portata di smartphone.

SOLO CON IL NOSTRO LINK SPECIALE : https://account.mimoto.it/signup?promocode=msm18

PUOI AVERE IL COSTO DI ATTIVAZIONE A 0,99 € (INVECE DI 9,90 €) + 15 MINUTI DI CORSA GRATUITI! STARTUP COMPETITION: GET CREATIVE WITH US! SOLO CON IL NOSTRO LINK SPECIALE : https://account.mimoto.it/signup?promocode=msm18 PUOI AVERE IL COSTO DI ATTIVAZIONE A 0,99 € (INVECE DI 9,90 €) + 15 MINUTI DI CORSA GRATUITI!

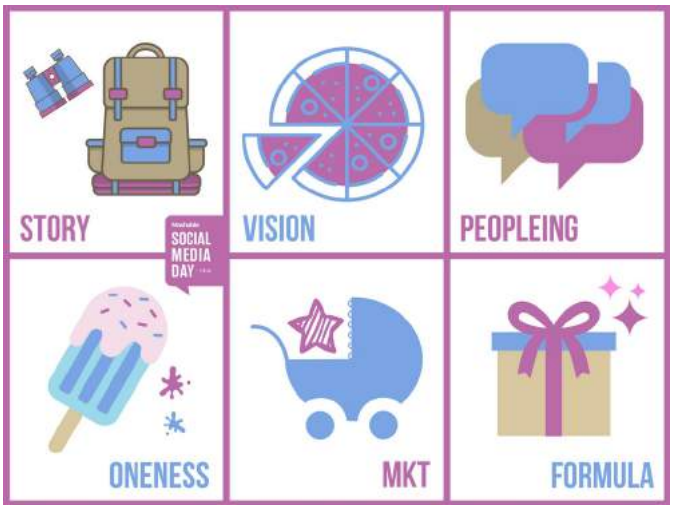
STARTUP COMPETITION: GET CREATIVE WITH US!

Anche la startup competition si tinge di creativita' ed entusiasmo per questa edizione 2018 di #SMDAYIT + #DIDAYS: il tradizionale "pitch" lascia spazio al racconto della propria impresa attraverso le parole e le immagini, dando quindi vita alle cosiddette STARTUP MODEL BOARD.

Che cos'è una Startup Model Board?

La Startup Model Board è una moodboard che permette di raccontare il proprio modello di business attraverso gli elementi visuali dove storytelling,creatività e pensiero strategico diventano un unico contenitore. Verranno premiate l'originalità e i progetti raccontati in maniera piu' innovativa e stimolante. È una moodboard che racconta la tua impresa attraverso le parole e le immagini (ecco la nostra, creata da Insegnare Branding).

Unisci la creatività e il pensiero strategico per raccontare:



- STORY (mission)
- TEAM VISION
- PEOPLEING (followers)
- ONENESS (talento)
- MARKET
- FORMULA

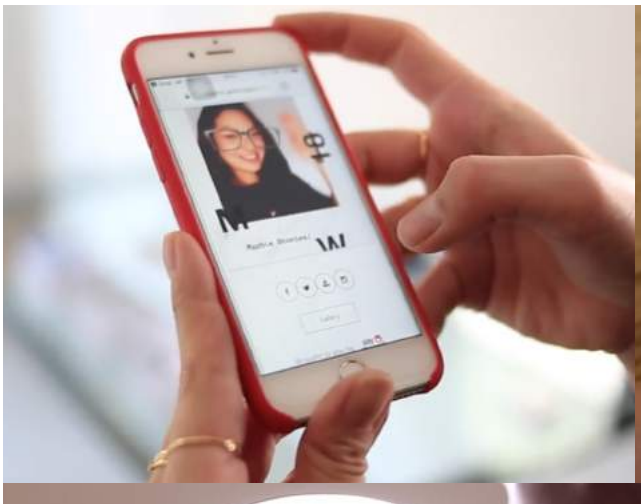
La Startup Competition di #SMDAYIT + #DIDAYS premierà l'originalità e i progetti raccontati in maniera innovativa e stimolante! La premiazione della Startup Competition avverra' Sabato 20 Ottobre in Sala 1: le Startup Model Board piu' creative e avvincenti verranno mostrate al pubblico e verranno premiate da Giovanni Iozzi, Direttore responsabile di EconomyUp e verranno successivamente intervistate dalla redazione di EconomyUp!

Ringraziamo Caterina Stefanazzi e Simona Michelon, creatrici della Startup Model Board ed Economy Up per aver supportato la nostra iniziativa!

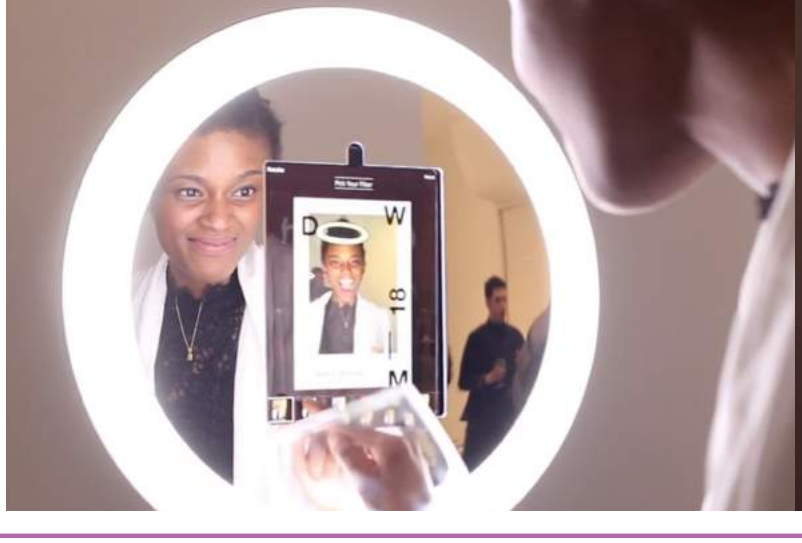
FUN FUN FUN @ SMDAYIT

SAY CHEESE: Non farti mancare il tuo scatto del cuore firmato #SMDAYIT + #DIDAYS 2018!

Gli eventi sono momenti speciali, che restano nel cuore. Quest'anno ad accompagnare i tuoi ricordi di #SMDAYIT+#-DIDAYS 2018 ci sarà il nostro Sponsor Say Cheese con un Social Booth davvero strepitoso! Visitalo nell'apposita area "The Bridge" e non farti mancare uno scatto speciale ! Say Cheese crea esperienze creative che uniscono fotografia 2.0, engagement nei social e divertimento per tutti i tipi di eventi. A #SMDAYIT+#DIDAYS potrai personalizzare i tuoi scatti con il light ring, che si illumina e crea un'atmosfera davvero magica. Potrai stampare le tue foto in formato photo booth old style per portarti a casa il tuo momento speciale o creare gif e boomerang super divertenti da condividere subito sui social! Siamo davvero orgogliosi di avere al nostro fianco un team di creativi che ha lavorato insieme a brand del calibro di Armani, Valentino, Miu Miu!





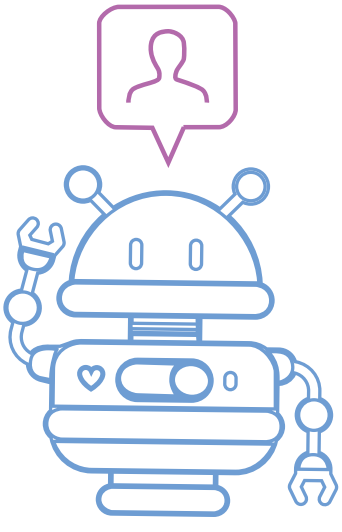




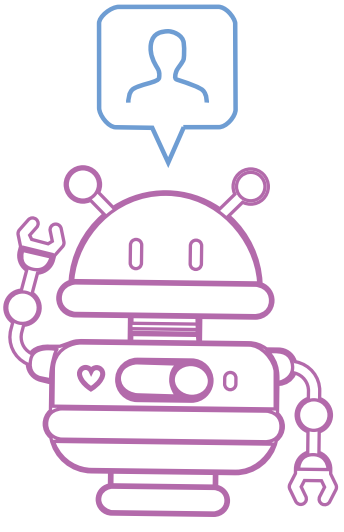
SOSTIENI #SMDAYIT + #DIDAYS!

La fondatrice e organizzatrice di #SMDAYIT + #DIDAYS Eleonora Rocca sta lavorando ad un progetto per rendere #SMDAYIT + #DIDAYS qualcosa di ancora piu' grande e importante.

PER REALIZZARE TUTTO QUESTO E' ALLA RICERCA DI:



- ***PARTNER***
- ***NUOVI MEMBRI DEL TEAM***
- ***SPONSOR***



Vuoi saperne di più? Scrivi a: info@eleonorarocca.com
per ricevere tutte le informazioni sul progetto!

Graphic design by GLOOMY STROKE

#SMDAYIT + #DIDAYS is proudly made with love ❤️



Sara Veltri
Head of Social Media



Valentina Rota
Chief Operating Officer



Annalisa Milani
Digital PR Strategist



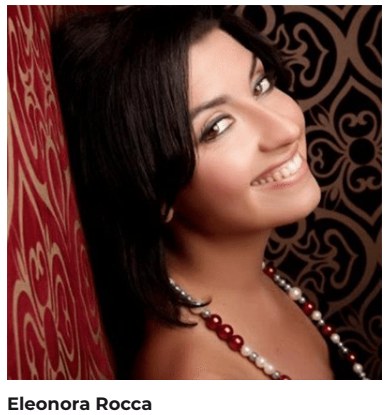
Emanuele Accardo
Chief Technical Officer



Rossella guido
Media Relations



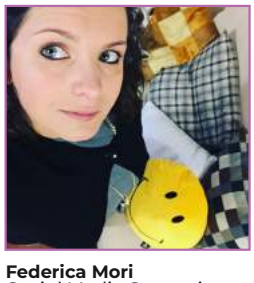
Michele Del Gatto
Social Media Strategist



Eleonora Rocca
CEO & Founder @Mashable Social Media Day Italy | Imprenditrice | Digital Marketing Consultant



Luca Rallo
PR & Social Media Team Coordinator



Federica Mori
Social Media Strategist

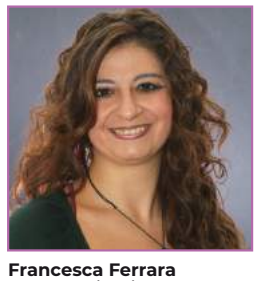
GRAZIE 1000 DA TUTTO IL TEAM!



Michela Pia
Social Media Strategist & Ambassador Program Coordinator



Alessandro Allocca
Media Relations



Francesca Ferrara
Communication Manager



Ilenia Dalmasso
Social Media Strategist, Copywriter & Content Manager



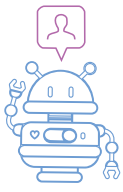
Lucio Messina
Social Media Strategist

Graphic design by GLOOMY STROKE

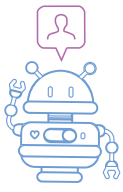
E ORA TOCCA A TE!

1. RACCONTACI IN UNA FRASE PERCHE' SECONDO TE #SMDAYIT + #DIDAYS e' un evento unico
2. FOTOGRAFA QUESTO FOGLIO E FAI UN POST CON HASHTAG #WHYSMDAYIT
3. CONSEGNA IL FOGLIO IN RECEPTION: LE FRASI PIÙ BELLE SARANNO CONDIVISE SUI CANALI SOCIAL DI #SMDAYIT + #DIDAYS CON TAG A TE E/O ALLA TUA AZIENDA/ATTIIVITÀ/PAGINA (QUINDI NON DIMENTICARTI DI MENZIONARE IL TUO NOME/COGNOME/ATTIVITÀ).

NOTE



NOTE



CONTATTI

SITO

http://mashablesocialmediaday.it/

MAIL

socialmediadayit@gmail.com

SEGUICI SUI SOCIAL!

Graphic design by GLOOMY STROKE

GRAPHIC DESIGN A CURA DI:

LUCA CASCONE - **GLOOMY STROKE**

GRAPHIC DESIGNER - DIGITAL ARTIST

WWW.GLOOMYSTROKE.COM

CONTACTS

GLOOMYSTROKE

CREATIVITYONE@LIVE.IT

L'EVENTO PIÙ ATTESO DAL MONDO DIGITAL

info@eleonorarocca.com

http://mashablesocialmediaday.it/ socialmediadayit@gmail.com

Graphic design by GLOOMY STROKE