



MILANO
27 giugno 2018

www.ikn.it

Transforming the Customer Journey: dal CRM al CXM

L'unico evento su AI e
Comunicazione Real Time
per innovare la Relation e
l'eXperience con il cliente

EVENT GUIDE

Un evento di

ikn ITALY
YOUR KNOWLEDGE NETWORK

www.ikn.it



@IKN_Italy
#customerdayikn

Customer Day

27 Giugno 2018, Milano - Hilton Garden Inn Milan North

27 giugno 2018

08:30

Registrazione dei Partecipanti e Welcome Coffee

09:00

Apertura dei lavori a cura di IKN

09:15

Speech

Brand & Engagement: la "Touchpoint Experience" di MSC Crociere

Come costruire una strategia di successo, generare esperienze di valore alla vita dei consumatori e favorire una relazione con il proprio brand?

- Cosa offrire al consumatore per iniziare un'interazione?
- Come posso motivare i consumatori ad interagire con il mio brand?

- **Andrea Guanci** - Marketing Director **MSC Crociere**

09:30

Tavola Rotonda

Scenario Analysis: Dal change management alla pianificazione dei processi: come orientare gli investimenti digitali rivolti al miglioramento della cura del servizio e del cliente

Investire in piani di sviluppo economico volti all'implementazione del digitale porta i Resp. CRM e Operations a confrontarsi sui cambiamenti organizzativi per la creazione di una vista unica sul cliente.

- Dal CRM alla definizione dei processi aziendali: quando l'attenzione del cliente B2C non è più una sola questione di marketing?
- Come avere successo nell'era del cliente digitale?
- Come non compromettere la qualità del servizio reso ai clienti attraverso l'ottimizzazione del digitale?

- **Marco Metti** - CRM & Digital Marketing Expert
- **Morad Giacomelli** - Resp. Comunicazione e Marketing **Enegan**
- **Maria Luisa D'Urso** - Digital Marketing Manager **CRAI**
- **Alessandro Cervone** - CRM Manager **Autostar**
- **Emiliano Rantucci** - Market Units Lead **Avanade**

10:30

Keynote Panel

Digital Data Economy: i nuovi driver delle imprese verso la digital disruption per poter fornire un eXperience di successo

- Chatbot e Virtual Assistant, quale futuro possibile per il contact center?
- Oltre la comunicazione vocale: quali strategie sono necessarie per definire il nuovo customer care?
- Quali figure servono alle imprese per regolamentare i processi digitali e renderli conformi alle strategie aziendali? Quale ruolo per il data scientist nella definizione delle operations di back office strategico?
- Come la tecnologia può migliorare il data flow nei sistemi operativi e di CRM?
- Come misurare il livello di customer satisfaction con i nuovi sistemi di robotica?

- **Manuel Chinchio** - Direttore Data Strategy & Analytics **Mediaset Premium**
- **Alessandra Frigato Bonello** - Direttore generale **Cura Gas and Power**
- **Gennaro Bisesti** - Chief Operating Officer **Europ Assistance**
- **Andrea Mirandola** - Responsabile IT **Vivigas**
- **Claudio Broggio** - Innovation Consultant **SAS**
- **Emanuele Bonetti** - Head of Digital Marketing **BNP Paribas Cardif**

Programma stampato il 22 giugno. Aggiornamenti sul sito www.customerday.it

11:30

Coffee e Networking Break

12:00

Keynote Panel

Quali sono gli impatti del GDPR sulla gestione dei sistemi di CRM e nei processi di amministrazione del dato cliente?

Come le aziende si sono attivate per rendere conformi i processi di gestione dei sistemi di CRM dalla profilazione al trasferimento dei dati al di fuori dell'UE e a terze parti.

- Come coordinare i processi interni di gestione del CRM per una corretta archiviazione e analisi del dato cliente?
- Come comportarsi nella gestione del dato verso le terze parti?
- Quali sono gli ostacoli nel ridefinire i processi e le operazioni di CRM per conformare le proprie attività alla normativa vigenti?
- Quali i gap da colmare per raggiungere un uso strategico del dato in logica Omnichannel Customer Experience?
- Quali le precauzioni da adottare se ci si avvale di piattaforme CRM in cloud? Quali prassi di sicurezza IT vanno adottate?
- Quali sono gli adempimenti privacy legati alle attività di marketing per tracciare il customer journey?
- I dati provenienti dai social network come verranno gestiti nei processi di engagement e retargeting?

- **Giovanna Bagnardi** - Avvocato **Studio Legale De Berti Jacchia**
- **Alessandra Provasi** - Head of marketing **Domino's Pizza**
- **Federica Usberti** - Resp. Commerciale **Bob Martin - Pet Care**

13:00

Networking Lunch

14:00

Panel

Come potenziare l'offerta con i servizi multichannel

- Quali strategie digital sono necessarie per potenziare l'engagement con il cliente?
- Quali innovazioni tecnologiche aiutano le aziende nella gestione delle comunicazioni sui social media, nella creazione di campagne loyalty e nel potenziamento della customer experience e nei processi di back-end?

- **Armando Garosci** - Giornalista **Largo Consumo**
- **Alessandro Barchetti** - Head of Digital **Gamestop**
- **Oiga Spimpolo** - Business Leader - Digital Innovation **Noovle**
- **Tommaso Colombo** - Responsabile Digital Marketin & Dev. **Touring Digital**
- **Antonio De Nardis** - Professor Digital Trasformation & Innovation

15:00

Tavoli interattivi

Data-management, CRM, Loyalty e Marketing Advertising

Suddivisi in 3 tavoli tematici e guidati da un moderatore i partecipanti dei diversi settori merceologici saranno guidati ad apprendere nuove metodologie con esercitazioni pratiche.

Per iscriversi ai tavoli interattivi recarsi al desk IKN Italy in area expo

TAVOLO 1: Marketing Tools

Come fare native marketing e marketing automation per realizzare forme advertising online

Come strutturare le comunicazioni on line, sviluppare strategie di engagement, accrescere la visibilità del brand e la fidelizzazione

- **Antonio De Nardis** - Professor Digital Trasformation & Innovation
- **Monica Di Lallo** - Project & Training Manager at Digital Consultant

TAVOLO 2: Big Data & Smart Data Analytics

Come strutturare l'analisi predittiva degli smart data e dei big data per creare campagne di loyalty e digital marketing

- **Alessandro Barchetti** - Head of Digital **Gamestop**

Programma stampato il 22 giugno. Aggiornamenti sul sito www.customerday.it

TAVOLO 3: CRM Platform & Customer Management

Le aziende si stanno muovendo sempre di più verso strategie di go-to-market basate su customer experience (CX). L'attuazione di tali strategie necessita di far evolvere le piattaforme di CRM e Customer Management. La CX è una strategia che richiede, alle aziende di tenere al passo le loro piattaforme per garantire un'esperienza al cliente/consumatore completamente integrata su tutti i canali sia online che offline. Si affronteranno i seguenti temi:

- In un panorama di business competitivo e in continua evoluzione, in che modo le aziende possono sfruttare sia la tecnologia che la creatività per offrire un valore maggiore ai clienti in ogni fase?
- Quali sono le best practice da adottare sulle piattaforme di CRM e Customer Management, per riuscire a profilare correttamente clienti/consumatori garantendo un'efficacia su tutta la Customer Journey?
- Come i nuovi progressi tecnologici, Machine Learning su tutti, stanno modificando le aspettative dei consumatori nella relazione con il brand? Gli assistenti virtuali che impatto hanno sui processi aziendali? Quali i vantaggi?
- In che modo i partner tecnologici possono aiutare le aziende a ottimizzare i processi, creare efficienza ed ottimizzare il ROI in un ambiente complesso?
- Le Aziende come possono creare la migliore esperienza possibile con un ambiente tecnologico altamente frammentato?

- **Stefano Sacchi** - Digital Innovation Manager **Noovle**
- **Fabiano Pinto** - Business Solution Expert - CRM & Digital Marketing **Noovle**
- **Tommaso Colombo** - Responsabile Digital Marketin & Dev. **Touring Digital**

17:00

Inspirational Speech

Il valore del brand: politiche commerciali e di marketing internazionali per la gestione di prodotti makeup, skin&hair care e fragrance di lusso

- Come posizionare 25 brand di lusso in 150 mercati internazionali diversi?
- Quali benefici può apportare al tuo brand una buona conoscenza e gestione del Cliente?
- Quali strategie vengono utilizzate per il potenziamento del brand e tutelare la brand reputation?

- **Matteo Guerrini** - EMEA Brand Regional Director **Estee Lauder Companies Europe**

17:30

Chiusura dei Lavori

Programma stampato il 22 giugno. Aggiornamenti sul sito www.customerday.it

SPONSOR E PARTNER

Gold Sponsor



Silver Sponsor



Exhibitor



Partner Tecnico



Media Partner

