

THE RULING COMPANIES ASSOCIATION

QUICK TOP RESKILLING: INCONTRI INTESI AD ACCRESCERE LE *SKILL* MANAGERIALI, COMPRENDENTI UNA PARTE DIDATTICA ILLUSTRATIVA DEGLI STRUMENTI E UNA PARTE "PRATICA" DEDICATA AL LORO UTILIZZO. QUESTA CATEGORIA DI INCONTRI È APERTA A TUTTI I DIRIGENTI DELLE IMPRESE ASSOCIATE.

FACEBOOK E IL NUOVO MONDO DEI SOCIAL NETWORK COME OPPORTUNITÀ PER IL **MARKETING** E LA **COMUNICAZIONE**

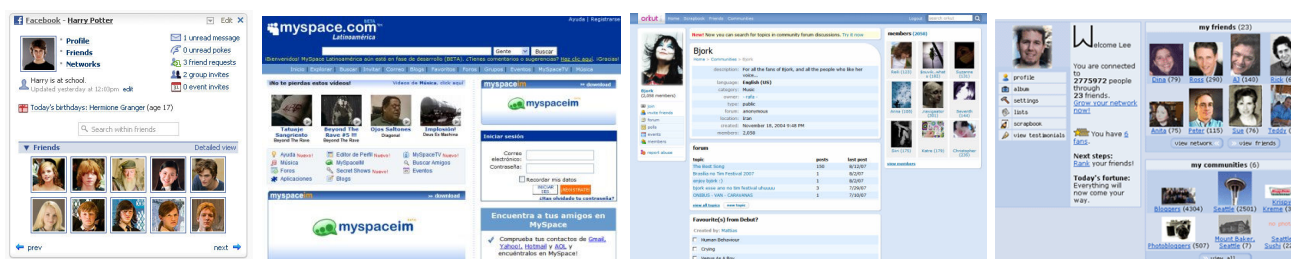
DATA: Lunedì, 11 maggio 2009

ORARIO: 17.00: caffè di benvenuto; 17.15: inizio dei lavori; 19.30 circa: termine

SEDE: Milano, Centro Svizzero (Via Palestro,2)

FOCUS

Un Social Network è "un ambiente relazionale online, generato da un database, in cui sono raccolti dati descrittivi di persone (profili), e che permette ai membri che vi si sono iscritti di indicare ad altri con chi desiderano entrare (o sono già) in contatto". L'idea alla base dei Social Network è quella di aggiungere una dimensione sociale a qualunque attività svolgiamo in rete... All'interno di un Social Network i membri possono creare quindi dei "corner personali".



FACEBOOK, MYSPACE, FLICKR, LINKEDIN, SECOND LIFE, ORKUT BY GOOGLE, SOCIALTEXT, e altri Social Network hanno raggiunto le centinaia di milioni di visitatori, anzitutto, ma non soltanto, fra le masse di giovani: in quanto si sta già verificando un generale invecchiamento degli utenti.

La maggior parte delle comunità virtuali esistenti (forum, chat...) e gli stessi blog, stanno migrando verso il modello Social Network, e nuovi Social Network nasceranno. Barack Obama si è grandemente ed efficacemente servito dei Social Network per la propaganda, e per raccogliere i fondi della sua campagna elettorale, al punto da aprirne uno proprio (www.MyBarackObama.com). Sembra che i consumatori americani siano ormai influenzati nelle proprie decisioni d'acquisto più dai Social Network che dalla pubblicità delle aziende, e si candidano a rappresentare i focus group per eccellenza per le future operazioni di marketing delle aziende **(dal dossier "Social Network" di Lele Dainesi)**.

Anche se per il momento gli investimenti aziendali nel web sono concentrati su siti, banner e motori di ricerca, forse saranno i Social Network il nuovo terreno su cui combattere la battaglia commerciale del futuro.

- ▶ **CHE COSA SONO E CHE COSA NON SONO I SOCIAL NETWORK: A CHI INTERESSANO, CHI LI FREQUENTA, QUALI SONO I GIGANTI, QUALI SONO I TREND NEL PROSSIMO FUTURO**
- ▶ **STRUMENTI DI CONNETTIVITÀ E PROPAGANDA, O ANCHE DI MARKETING, PUBBLICITÀ, PROMOZIONE? COME E DOVE OPERARE PER OTTENERE I MIGLIORI RITORNI? QUALI SONO GLI ERRORI DA EVITARE? E I COSTI?**

PANEL

LELE DAINESI, giornalista, executive communication del CEO Cisco Italia, presenterà lo scenario dei Social Network, come fenomeno sociale e di business;

VINCENZO COSENZA, Digital PR; fondatore dell'Osservatorio Italiano su Facebook e i Social Network, e **FABIO GIGLIETTO**, Ricercatore LaRiCA - Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo", approfondiranno il fenomeno "Facebook" e le sue applicazioni per la comunicazione aziendale.

SONO INVITATI A PARTECIPARE: Gli esponenti del management, ed in particolare i Direttori Marketing e Comunicazione, e i responsabili Web, interessati ad esplorare la possibilità di utilizzare i Social Network come strumenti aziendali per raggiungere i propri mercati.

EXECUTIVE SUMMARY: a valle dell'incontro verrà redatta una sintesi.