

VareseNews

Il social “spacca”, a Milano tutto esaurito

Pubblicato: Mercoledì 18 Giugno 2014

Si chiudono con ampio anticipo le iscrizioni al [Social Media Marketing Day #SMMDayIT](#)

previsto per il prossimo 24 giugno nella prestigiosa cornice dell’Auditorium di Renzo Piano de Il Sole 24 Ore a Milano. L’iniziativa, unica in Italia, nata da [Andrea Albanese](#), si conferma quale punto d’incontro, formazione, scambio e aggiornamento sui Social Media e sulla loro importanza comunicativa nel panorama lavorativo odierno.

“Nonostante il costo dell’ingresso, l’evento ha raggiunto e superato in anticipo il numero massimo di 1.000 iscrizioni dell’edizione 2013”, dichiara Albanese, “a conferma del ruolo ormai cruciale che i Social Media rivestono nelle strategie di Marketing e Comunicazione delle aziende italiane”.



L’[evento-seminario](#), che annovera fra i Media Partner Bancaforte (sistema integrato di comunicazione dell’Associazione Bancaria Italiana ABI) e Agenda del Giornalista, ha visto l’adesione di professionisti di oltre 1.000 aziende da tutta Italia, provenienti da grandi realtà innovative e dalla nuova generazione di comunicatori e imprenditori che hanno intuito l’enorme potenzialità e flessibilità comunicativa della rete e dei nuovi media per promuovere la propria attività ben oltre i confini nazionali, per coinvolgere i consumatori, creare storie ed instaurare relazioni.

Fra i 16 temi legati al mondo dei Social Media che verranno trattati nell’arco della giornata verrà offerto

un focus specifico sull'Engagement dei Consumatori e sulla Gestione delle Relazioni con l'intervento di [Adriana Delfina](#) di Genesys, seguito dal "caso" social dell'Appleton Rum, brand di proprietà Campari, spiegato da [Massimo Galli](#).

“L’#SMMDayIT offrirà anche una sezione di consigli pratici su come utilizzare al meglio i Social Media più conosciuti”, continua Albanese, “a partire dal B2B con LinkedIn per arrivare, attraverso Twitter e Google+, fino a Facebook. Il mondo di internet conta oggi oltre 2 miliardi di utenti, un bacino enorme di potenziali ‘clienti’ da raggiungere, coinvolgere, fidelizzare. I Social Media hanno disgregato le tradizionali tecniche di marketing e comunicazione mettendo a disposizione di tutti strumenti potentissimi per promuovere il proprio brand o il proprio business.

Per questo abbiamo scelto, come tema dell’#SMMDayIT 2014, la frase ‘Ognuno è un’agenzia di comunicazione’, affiancato da ‘Content is the King, Distribution is King Kong!’”.

L’evento sarà disponibile in live tweeting per quanti non potranno essere fisicamente presenti all’Auditorium di Milano grazie ai Social Media Reporter della Business School de Il Sole 24 Ore e del Master SNID Politecnico di Milano, che condivideranno gli highlights dei vari temi attraverso l’hashtag #SMMDayIT e l’account Twitter @smmdayit, nonché live via WeChat, collegandosi attraverso l’account SMMDAYIT.

L’agenda completa dell’evento: <http://social-media-marketing-day.web-marketing-manager.it/2014>

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it