

Social Media Strategy Digital Marketing Mondo Startup

07:00 - 08:30

ACCREDITO E DISTRIBUZIONE WELCOME KIT

08:30 - 09:00

Eleonora Rocca - CEO & Founder @ **MASHABLE SOCIAL MEDIA DAY ITALY** | MARKETING MANAGER | DIGITAL STRATEGY CONSULTANT

Messaggio di Benvenuto, ringraziamento Sponsor e presentazione di #SMDAYIT & #DIDAYS come Case Study di successo

Sveleremo le tattiche chiave che hanno portato questo evento a raggiungere un così grande successo grazie ad una semplice ma efficace strategia di Digital Marketing abbinata ad una solida Brand Strategy.

09:00 - 09:20

Marianna Ghirlanda - Head of Creative Agencies @ **GOOGLE**

Come avere successo grazie a YouTube?

Il video è il più grande trend della comunicazione digitale e YouTube si è affermato come strumento indispensabile per chi oggi vuole comunicare con successo. Non esiste una formula magica però, mentre bisogna sempre ricordare che a vincere su tutto è la creatività, dove le idee migliori a volte sono quelle più inattese.

09:20 - 09:40

Vittorio Cerulli & Lorenzo Pasciuto - Global Insight Business Partners @ **UNILEVER (BRAND CORNETTO ALGIDA)**

Insight Driven Digital Campaigns & Brand Love: Il Caso Cornetto-Algida

Come ha fatto una insight-driven digital campaign a far amare il Cornetto Algida in oltre 15 paesi del mondo? Condivideranno la loro esperienza di come un brand si possa connettere alla propria target audience in modo rilevante e autentico sui social in tutto il mondo e quali sono state le sfide più grandi.

09:40 - 10:00

Luca La Mesa - Top Teacher @ **NINJA ACADEMY** | Presidente @ **PROCTER&GAMBLE ALUMNI ITALIA**
Strategie di engagement sui social media. Come coinvolgere attivamente i fan ed ottenere risultati concreti

In uno scenario in cui siamo sommersi da contenuti e si parla spesso di "Social Media Overload" analizzeremo i migliori casi in cui i social media sono stati usati in maniera più originale, ottenendo l'attenzione degli utenti e la loro partecipazione attiva. Luca La Mesa ha gestito campagne di successo spaziando dal Social Media & Sport (#ConLeAzzurre, campagna social più virale su twitter ad Ottobre 2014, la gestione social delle Olimpiadi di Rio con il CONI, Internazionali BNL d'Italia, Campionato Mondiale Superbike, Pirelli Moto, As Roma e molte altre) per poi passare al mondo della moda (Fendi), del largo consumo (Cornetto Algida, Winner Taco, Dove) e arrivare sino alle recenti attività ad alto impatto sociale coinvolgendo in pochi giorni centinaia di volontari per distribuire migliaia di coperte per aiutare i senzatetto a sconfiggere il freddo in più di 6 città in soli 6 giorni.

10:00 - 10:20 - Speech in lingua inglese

Virginia Salas Kastilio - **N.1 Snapchat Business Influencer** (Inc. Magazine)

Come Creare un Brand multi-milionario grazie a Snapchat partendo da un budget di zero euro. Il potere dei contenuti

Come creare da zero un brand riconosciuto a livello internazionale e arrivare a lavorare con grandi colossi come Nasdaq e BBC a soli 27 anni? Verranno spiegati trucchi e strategie su come Virginia (@Ginicanbreathe) è riuscita ad emergere come eccellenza nello scenario competitivo della capitale inglese.

10:20 - 10:40

Stefano Mongardi - Founder @ **THEWEBMATE MEDIA** | Imprenditore Digitale | Digital Marketer
Il futuro dei contenuti video: il formato verticale. Snapchat o Instagram Stories?

Dopo una panoramica su come il formato verticale e 3V sta cambiando il modo di interagire con i contenuti e di comunicare, verrà spiegato come riproporre efficacemente i contenuti video verticali (e che durano 24 ore) cross-platform. Verrà infine analizzata la Case Study

■ Social Media Strategy ■ Digital Marketing ■ Mondo Startup

Instabrand e altre Case Study di successo realizzate da Stefano nel corso della sua carriera tra Italia e America.

10:40 - 11:00

SORPRESA

11:00 - 11:20

Tonia Maffeo - Head of Marketing and Community @ **SPREAKER**

Integrare con successo il Podcast in una strategia di Marketing e Comunicazione

Il podcast, negli ultimi due anni, si è guadagnato una posizione di rispetto in ambito content marketing, proponendosi come valida alternativa o come indispensabile integrazione ai più vecchi e conosciuti strumenti del marketing. Analizzeremo insieme alcune case study italiane e internazionali, di consulenti e aziende, che ci aiuteranno a capire come è possibile integrare il podcast nelle strategie aziendali.

11:20 - 11:40

Simone Lo Nostro - Direttore Mercato & ICT @ **SORGENIA**

Una testimonial e una campagna di successo: La Case Study Bebe Vio per Sorgenia

Verrà svelato il dietro le quinte della scelta di Bebe Vio come testimonial della campagna di comunicazione di Sorgenia. Una scelta inusuale e coraggiosa cui gli utenti hanno reagito positivamente e che ha consentito all'azienda di aggiudicarsi lo YouTubeAds Leaderboard di aprile, per aver raggiunto in un solo mese dal lancio oltre tre milioni di visualizzazioni. Grazie a #Metticenergia, collegato alla campagna, l'azienda è riuscita a raccontare se stessa e il concetto di energia in maniera nuova, attivando la community in modo inedito rispetto al mercato di riferimento, come dimostrato dalle visualizzazioni e dall'engagement ottenuti.

11:40 - 12:00

Giuseppe Mayer - Chief Digital Officer del **GRUPPO ARMANDO TESTA** / Pepe Moder Senior Digital Advisor

Xperience marketing: la social customer journey e gli impatti sul retail

Gli autori del primo libro in Italia sulla trasformazione digitale lanciano la sfida al pubblico affrontando il tema della discontinuità delle regole del retail grazie alle piattaforme social e ai nuovi comportamenti del consumatore, attraverso un extended ignite: in uno spazio temporale concentrato un susseguirsi di coinvolgenti scenari raffigureranno l'evoluzione in situazione della relazione tra brand, prodotto e cliente finale.

12:00 - 12:20

Karim De Martino - VP Business Development Europe @ **INSTABRAND**
& Irene Colzi - Lifestyle & Fashion Influencer @ **IRENE'S CLOSET**

Branded Content e diretta live: cosa si aspettano i brand dalla relazione con gli influencer?

Karim De Martino introdurrà e presenterà il caso studio di Irene Colzi come esempio di eccellenza italiana in ambito Social. Proseguirà con una panoramica sull'utilizzo dei video da parte degli influencer in Italia (Snapchat Vs IG/FB), su come è cambiato il Branded Content da YouTube (pre-prodotto) ai live (in diretta) e di conseguenza anche la relazione con i brand (cosa chiedono e come si relazionano con influencer).

Seguirà un intervento di Irene Colzi, la quale spiegherà cosa chiedono i brand e che aspettative hanno ogni volta che aprono una collaborazione con un influencer. Verranno poi affrontati i seguenti temi: come è cambiato il lavoro del blogger/influencer con l'avanzata delle piattaforme video live e quale sarà l'evoluzione dei social in relazione anche alle nuove tecnologie (Spectacles). Infine verranno mostrate alcune case study di Influencer Marketing realizzate attraverso i video live: Samsung, Costa Crociere, Disney, l'Oreal.

12:20 - 12:40

Francesco Agostinis - Facebook Advertising Specialist @ **VIRALCLOTOPUS** - Teacher @ **FACEBOOK ADVANCED MASTERCLASS**

Social Selling Debunking: 10 verità sulle dinamiche del Facebook Advertising

Ogni giorno Facebook rilascia nuovi aggiornamenti e la sua piattaforma inserzioni si modifica,

 Social Media Strategy  Digital Marketing  Mondo Startup

così come il suo algoritmo. Di conseguenza sono sempre più gli utenti che cercano consigli online e offline per essere certi di riuscire ad ottimizzare le performance delle campagne, ma spesso senza riuscire ad ottenere i risultati sperati. Analizzeremo quindi alcuni dei più comuni errori commessi dai Facebook advertisers e forniremo consigli utili per fare in modo che business online e offline smettano di perdere ogni giorno migliaia di € e riescano a massimizzare i propri investimenti.



12:40 - 14:30
LUNCH BREAK

14:30 - 14:50

Veronica Gentili - Co-Founder @ **GLISCO MARKETING**

Facebook Marketing News: tutti i nuovi strumenti e le strategie per fare marketing con Facebook

Esploreremo le ultime novità messe a disposizione da Facebook per i brand in particolare in ambito Facebook ADV. Scopriremo come utilizzare il formato/strumento giusto per ottenere obiettivi di successo e massimizzare il Roas (ritorno sull'investimento pubblicitario).

14:50 - 15:10

Tiziano Tassi - CEO @ **CAFFEINA**

Oltre le scomode verità che le agenzie non dicono: come usare i Social Media per ottenere un impatto reale

Come utilizzare al meglio i social network per ottenere risultati di business concreti e soddisfacenti, attraverso esempi e case study di successo.

15:10 - 15:30

Mattia Soragni - Founder @ **MAGNETPROFILE.COM**

Dai dati alle informazioni: come trasformare in valore business i dati del web per far crescere le aziende

I clienti sono tutti diversi: hanno esigenze, modalità di acquisto, interessi diversi... come

facciamo a riconoscerli online, a sapere chi sono se non li possiamo vedere? Amazon, Booking e tutti i più grandi portali raccolgono da sempre informazioni su di noi per capire chi siamo e cosa vogliamo. Ma se la tua azienda NON è Amazon o Booking, sei condannato a navigare nel buio? Assolutamente NO! Nel mio intervento scoprirai alcuni segreti che i Big utilizzano per qualificare i propri utenti, personalizzare la loro esperienza, e grazie a diversi casi studio che porterò, vedrai come la qualificazione e segmentazione intelligente dei visitatori può fare la differenza per la tua azienda, automatizzando processi di marketing e vendita, aumentando la probabilità di ottenere -a parità di investimento- più lead, clienti e fatturato.

15:30 - 15:50

Giorgio Soffiato - Managing Director @ **MARKETING ARENA**

Dal Social Media Marketing al Content design: il contenuto al servizio degli obiettivi di business

Con l'evolvere del marketing digitale le leve di social media si trovano di fronte ad un bivio: o essere banalizzate attraverso l'utilizzo delle piattaforme in ottica cosmetica o essere elevate ad obiettivi di business. L'intervento toccherà i punti salienti che portano alla costruzione di una social media strategy allineata con il piano di marketing e rispondente agli obiettivi di business. Molta attenzione sarà data dal al tema del social ROI.

15:50 - 16:10

Fabrizio Perrone - CEO @ **BUZZOOLE** & Gianluca Perelli - Chief Strategy & Marketing Officer @ **BUZZOOLE**

Intelligenza Artificiale e Big Data: il Presente e il Futuro dell'Influencer Marketing

Il mondo del marketing si sta evolvendo rapidamente e negli ultimi tempi i Big Data e l'Intelligenza Artificiale stanno diventando i nuovi motori che guidano le più moderne strategie di marketing e i processi di decision making. L'utilizzo dei Big Data ed algoritmi di IA aiuteranno sempre più i marketer, dall'identificazione dei migliori profili secondo criteri quali brand affinity e abitudini di consumo fino al modo in cui i brand potranno connettersi con gli Influencer.

Social Media Strategy Digital Marketing Mondo Startup

16:10 - 16:30

Daniele Chieffi - Head of Social Media Management & Digital PR @ **ENI**
Sun Tzu e il Social Media Crisis Management

Non tutti ciò che di negativo che si può scatenare sui social media significa necessariamente avere una crisi di comunicazione ma per evitare che un flame si trasformi in un incendio distruttivo e per gestire le una vera situazione critica, sono necessari competenze, requisiti tecnici e un approccio strategico e tattico molto rigoroso, una vera e propria "Arte della guerra". Vedremo insieme cosa significa tutto questo e come ottenere ottimi risultati.

16:30 - 16:50

Joakim Lundquist - Fondatore e CEO @ **LUNDQUIST**
La sostenibilità come strumento a supporto della Social Media Strategy. Il Caso Birra Peroni

Analizzeremo come si può trarre beneficio dall'utilizzo congiunto di strategie di social media marketing e di messaggi legati alla sostenibilità, stabilendo un dialogo volto a costruire relazioni di fiducia con la propria audience

16:50 - 17:10

Sonia Figone - Production Director @ **POKE LONDON** (Publicis Group)
The Wembley Cup by EE

The Wembley Cup edizione 2016 è una serie web di 8 episodi che descrivono la più grande sfida tra i migliori YouTube gamers e le leggende calcistiche del Regno Unito. In questo intervento vi racconterò come abbiamo utilizzato Youtube per comunicare con successo la sfida, culminata con la partita finale nell'iconico stadio di Wembley, di fronte a 20,000 persone, trasmessa in diretta su YouTube, che ha ottenuto più di 4.5 milioni di views e diversi riconoscimenti importanti.

17:10 - 17:30

Christian Zegna - Admin & Change Trainer @ **BTREES**
Oltre 5.000 lead al mese: la social strategy di CEF (Centro Europeo di

Formazione) targata BTREES

Il Centro Europeo di Formazione è leader in Italia per la formazione a distanza. La campagna di comunicazione sui social media sviluppata nel 2016, curata dalla New Media Agency e il cui testimonial è stato Antonino Cannavacciuolo, ha generato oltre 5.000 lead al mese, +435% like rispetto al 2015 e più di 3,5 milioni di visualizzazioni al mese. Facebook è diventato il principale canale del media mix aziendale. Insieme analizzeremo e condivideremo le caratteristiche vincenti di questa campagna.

17:30 - 17:50

Giacomo Zanni & Gianpaolo Rizziato – Youtuber @ **ZOOTROPIO**
Dietro le quinte della Video Factory Zootropio: da un blog alla produzione di video content da milioni di visualizzazioni

Zootropio nasce nel 2013 sotto forma di blog. Nel giro di pochi mesi si trasforma in una video factory. Il 14 novembre 2013 viene pubblicato il primo video "I 14 stereotipi del calcetto", che nel giro di pochi giorni raggiunge un milione di visualizzazioni su YouTube. Il successo di questo contenuto ha portato il team di Zootropio a continuare a produrre video fino ad oggi, realizzando numerosi branded content e creando una community dall'ampio seguito (Youtube: 81.358 iscritti Visualizzazioni complessive: 15.122.458, Facebook: 25.333, Instagram: 8.660, Twitter: 29.800.)

Descrivono il loro lavoro in maniera molto sintetica: "Se l'hai visto in un video, è successo nella vita vera" e sulla loro pagina Facebook si definiscono così: Siamo millenials, facciamo parte della Generazione Y, ci occupiamo di comunicazione non convenzionale, raccontiamo storie, facciamo native advertising e creiamo contenuti per il pubblico web del presente e del futuro. Verranno mostrati i migliori video di Zootropio e svelata la strategia dietro al successo di ciascuno di essi.

17:50 - 18:00

SPEECH DI CHIUSURA E RINGRAZIAMENTI

 Social Media Strategy  Instagram Marketing  Digital PR-Influencer Strategy



09:00 - 12:00
BUSINESS MATCHING



12:00 - 13:30
Rosella De Gori & Stefania Crivellaro - INSTAGRAM INFLUENCERS (90K+ FOLLOWERS) & FOUNDERS @ **WELOVETOBRUNCH**

#WelovetoBrunch Instagram Workshop

Workshop formativo organizzato da Stefania Crivellaro e Rosella Degori, entrambe Instagram influencer (90K + follower) e fondatrici di @Welovetobrunch, la community di instagrammer nata a Londra e protagonista di numerosi progetti sviluppati con brand importanti come Nespresso, Mashable, Airbnb, Wrangler.

Durante il workshop si affronteranno 4 topic principali:

- Come organizzare un "Social Brunch" in città come Londra, Milano, Berlino utilizzando Instagram;
- Tips e suggerimenti di Food Photography;
- Pillole di Photo Editing: quali app usare per ottimizzare i propri scatti;
- Community Building: come farsi conoscere e creare autorevolezza nell'ambito di una community locale.

14:00 - 14:30

Rosella De Gori & Stefania Crivellaro - INSTAGRAM INFLUENCERS (90K+ FOLLOWERS) & FOUNDERS @ **WELOVETOBRUNCH**

Instagram Marketing & Offline Marketing: come promuovere un brand attraverso lo sviluppo di una community altamente targetizzata.

L'importanza di iniziative offline come risorsa cruciale per rafforzare la reputazione digitale di un brand. Lo sviluppo e il rafforzamento di connessioni 'umane' come elemento principale per costruire una community fidelizzata nel tempo. Gestione dei rapporti con PR di agenzie/aziende. Perché è importante selezionare progetti e collaborazioni. La storia di @welovetobrunch e @housesofldn e i loro punti di forza: perché i due account hanno avuto subito un così grande successo dentro e fuori Instagram. Questo e molto altro ancora raccontato da due Instagram Influencers italiane ma London based (che oggi vantano oltre 90000 followers sui propri profili). Verranno esaminati casi studio da loro stesse realizzati insieme a diversi brand internazionali (sia sui propri profili personali che attraverso l'account

@welovetobrunch, la community di instagrammers da loro fondata e protagonista di numerosi progetti sviluppati con marchi importanti, come Benefit Cosmetics, Nespresso, Fairmont Hotels, Starbucks, Airbnb, Mashable e Wrangler.

15:00 - 15:30

Alessandro Noto - Digital Marketing Manager @ FEDERAZIONE ITALIANA SCHERMA Aumentare la brand reputation tramite i Social Media: La Case study Federscherma

Come hanno fatto i Social Media ad incrementare la Brand Reputation e la promozione di uno sport vincente ma fino a tempo fa poco diffuso? Analizzeremo insieme il caso Federscherma per scoprire questo fenomeno.

15:30 - 16:00

Federico Sbandi - Web Marketing Manager @ SUN-TIMES Facebook Tools: Come Non Sprecare il Tuo Budget Pubblicitario

Televisione, radio, carta stampata, AdWords, Social Media ADV, Influencer Marketing. Startup, agenzie e multinazionali combattono ogni anno per ottenere il massimo ritorno dell'investimento. Alcune aziende restano intrappolate tra manager impreparati e strategie obsolete, dilapidando i propri capitali. Altre seguono gli occhi e le orecchie della società e allocano ogni centesimo in modo chirurgico. Trenta minuti di pura concretezza per capire come non sprecare il tuo budget pubblicitario.

16:00 - 16:30

Davide Dellacasa - CEO & Co-Founder @ BRAD&K PRODUCTIONS Il Trailer: dal Cinema ai Social Media

Il trailer cinematografico è ancora oggi il contenuto principe del lancio di un film e poco è cambiato dai primi trailer, nati quasi insieme al cinema stesso, ad oggi. Dura da 1 a 3 minuti e ne esistono varie versioni, dal teaser trailer al cosiddetto "pay-off", che viene spesso lanciato poche settimane prima dell'uscita al cinema. Oggi i Social Media e soprattutto il Social

 Social Media Strategy  Instagram Marketing  Digital PR-Influencer Strategy

Advertising stanno però mandando in crisi la centralità del trailer, contrapposto ad altri formati su cui però l'investimento è ancora limitato. Un breve viaggio nell'evoluzione di questo "film del film" con l'analisi di alcuni dei principali lanci curati dalla nostra agenzia.

17:00 - 18:30

Networking Time!



18:30- 21:00

Emanuela Colangelo, Sara Veltri & Mary Pantone - Snapchat Team @ **SMDAYIT + DIDAYS**

Snapchat for business: la rivoluzione dei Social Media passa da qui

Scopriremo insieme perché Snapchat per business ha cambiato radicalmente il panorama dei social media, quali sono le potenzialità per le aziende e come integrarlo all'interno di una social media strategy aumentando l'engagement e le relazioni con la propria audience. Seguirà lo Snap-Aperitivo, un'ottima occasione per fare networking, continuare a divertirsi e condividere esperienze con i membri dello Snapchat Team ufficiale di #SMDAYIT + #DIDAYS.