

"Nuove frontiere del Data Base Marketing"

Di Fabrizio Cataldi

Martedì 21 Settembre 2004 15:55



Milano, giovedì 30 settembre 2004, Ore 9.30 ~ 13.00 Grand Hotel Visconti Palace, Viale Isonzo, 14A confronto le nuove tecniche di target analysis e profiling per il marketing diretto. I casi di successo di chi già le utilizza e le integra nelle strategie di comunicazione. "Nuove frontiere del Data Base Marketing" è il tema dell'incontro che Consodata, società del Gruppo Seat Pagine Gialle, organizza con Comunicazione Italiana. Per i manager e i professionisti della comunicazione sarà l'occasione per conoscere da vicino i nuovi strumenti di customer profiling, che consentono di individuare tra più di 30 milioni di nominativi i clienti potenziali per ogni prodotto e servizio, e quanto di più nuovo Internet può offrire anche alle piccole e medie aziende per gestire campagne complete e in tempi rapidi. Saranno presentate esperienze significative nei settori del largo consumo e della finanza. Infine, sarà affrontato il tema del "Codice della privacy" per capire meglio come muoversi nel rispetto della legge, soprattutto dopo le recenti disposizioni che impattano fortemente sulla disponibilità di liste pubbliche per le attività di direct marketing. I lavori saranno aperti da Elio Schiavo, Amministratore Delegato di Consodata Spa. Fra gli interventi più significativi, quelli di Marco Maglio, avvocato, esponente AIDIM e giurista di punta sui temi della privacy nel marketing; Ruggero Colombo, docente di statistica economica all'Università Cattolica di Milano; Giancarlo Cataldo, di Consodata Marketing Intelligence, che illustrerà alcune applicazioni di geomarketing per le campagne di marketing diretto nel settore della [sex indian school girl](#) banca e della finanza; Vincenzo Leombruno, direttore marketing Femcare-Fater, che presenterà l'esperienza Lines.Ai partecipanti verrà offerta una copia del libro "FARE PROMOZIONI", edito da Comunicazione Italiana, con i contributi di Mattia Camellini (Consodata) e Marco Maglio (AIDIM) entrambi membri attivi di Comunicazione Italiana. La partecipazione è gratuita ma è necessario confermare preventivamente l'adesione. Inviare email a [Scarica iscrizione via fax doc/zip](#) Scarica il programma Le iscrizioni saranno accettate sino ad esaurimento dei posti.