



Il Club del Marketing e della Comunicazione ha ideato il più significativo ed innovativo evento per tutti i professionisti ed operatori del comparto: 1a Convention Italiana di Marketing e di Comunicazione, organizzata in collaborazione con le più importanti associazioni, università, istituzioni pubbliche e private, aziende ed agenzie, giornali, portali e siti web, radio e tv italiane, e con la partecipazione interattiva di 1.000 manager, consulenti, docenti ed imprenditori. Concept dell'evento: La "1a Convention Italiana di Marketing e Comunicazione" si terrà Martedì 20 Marzo 2007 dalle 14,00 alle 21,30 presso l'Expo Plaza prestigioso Hotel Crowne Plaza - Milan Linate di San Donato Milanese. Un appuntamento unico e probabilmente irripetibile che può essere, già da ora, definito come "storico" per l'imponenza della macchina organizzativa, per il prestigio della location ed il credito degli sponsor, per lo spessore professionale ed umano dei membri del Comitato Organizzatore, per l'innovativo, originalissimo ed inedito format "a processo", per gli elevati e nobili obiettivi prefissati, per l'autorevolezza dei protagonisti-relatori, per l'interattività di tutti i partecipanti, per il livello qualitativo degli invitati, per l'ampio ventaglio delle categorie coinvolte della marcom e business community e per l'utilità socio-economica che potrebbe rivestire in ambito nazionale. Nasce con l'intento di fare il punto dettagliato sullo stato attuale del marketing, della comunicazione e dell'informazione in Italia. Ma le finalità del progetto sono più articolate ed ancor più pragmatiche: - promuovere l'autocritica costruttiva dei player del comparto travalicando la consueta autoreferenzialità che permea la loro mentalità e contraddistingue la totalità degli eventi del settore. Dunque: guardare dentro di noi per vedere meglio fuori da noi stessi, analizzare dall'interno le nostre professioni per cogliere le evoluzioni e comprendere il vero 'sentiment' del mercato attorno a noi, ascoltare e non solo parlare, palesare lungimiranza e non miopia, mostrare modestia e non solo supponenza professionale, perché il riconoscimento dei propri limiti ed errori è la condizione sine qua non per il superamento degli stessi e prodromo di crescita e miglioramento. - informare i professionisti del settore sulle ultime tendenze (modelli, tattiche, strategie, tecniche) di Marketing, Comunicazione ed Informazione. - sensibilizzare i 5 milioni di manager ed imprenditori italiani di quelle imprese che ancora non comunicano e non sono marketing oriented, sull'importanza strategica ed operativa di queste due funzioni aziendali, assolutamente vitali e necessarie per continuare prima ad esistere e poi progredire in un contesto altamente competitivo; - rendere noto all'opinione pubblica (attraverso i mass media presenti) che aziende e agenzie, non perseguono solo interessi di parte, ma hanno a cuore anche e soprattutto i consumatori (utenti, fruitori) considerandoli, non più unicamente un dato statistico o commerciale, bensì veri e propri individui ed esseri umani quali essi sono, per meglio far fronte e rispondere alle loro singole aspettative, desideri, bisogni, necessità.

Di Danilo Arlenghi

Martedì 13 Febbraio 2007 11:40

Celebrare pertanto il passaggio dalla customer alla human satisfaction.- Sostenere e diffondere i valori di una comunicazione aziendale socio- eco compatibile e di un marketing d'impresa etico che rispettino i diritti inviolabili della persona umana e tutelino i cittadini-utenti-consumatori e l'ambiente per uno sviluppo sostenibile. Target dell'evento:Circa 1000 professionisti tra le seguenti categorie: Presidenti Associazioni, Presidi e Docenti Università ed Istituti professionali, Autorità politico-istituzionali, Top Manager di Aziende (Largo Consumo, Btob, Distribuzione GDO e Retail) e di Agenzie (pubblicità, promozioni, pr, organiz. eventi, concessionarie, centri media , direct mktg, etc), Dirigenti Mass Media e Case editrici, Direttori testate giornalistiche (stampa. tv. radio e web), Formatori e Motivatori, Ricercatori di Mercato, Sociologi e Psicologi. I nominativi, che saranno prescelti e selezionati dal Comitato Organizzatore, rappresentano il meglio offerto dal mercato per competenza, prestigio, professionalità e spessore tecnico-culturale. Comitato Organizzatore: Danilo Arlenghi - Sabina Rosa - CarloVittorio Giovannelli - Furio Garbagnati - Mariuccia Mauri - Daniele Tirelli - Paolo Duranti - Giorgio Tedeschi - Osvaldo Ponchia - Fausto Lupetti - Nando Schinelli - Gianluigi Falabrino - Roberto Salvini - Paolo Romiti - Giampiero Pelle - Enzo Argante - Dario Preda - PierAndrea Tosetto - Vittorio Spreafico - Marco Mancinelli - Luigi D'Urso - Maurizio Chiesa - Alessandro Ferrari - Giovanna Bo - Domenico Gherzi - Alberto Palazzo - Stefano Bettera - Miriam Forte - Luca Mattarello - Tiziano Scandiffio - Andrea Bagnolini - Andrea Pietrarota - Gianluca Lo Stimolo - Franco Santini - Antonio Barrese - Corrado Spedale - Massimo Lucidi - Armando Brescia - Giulio Rodolfo - Valeria Scaglia -Stefano Scalisilnoltre l'evento sarà organizzato in collaborazione con più di 20 Associazioni di settore tra le quali: Mediawatch, Assorel, Adico, Popai, Assirm, Assodigitale, CDVM, Club comunicazione d'Impresa, Assovisual, Acpi, Assoconsulenza, ed altre in via di definizione Timing: 1° Convention italiana di Marketing e di Comunicazione Martedì 20 Marzo 2007 dalle ore 14,00 alle ore 21,30 Programma di massima:ore 14,00 - Accredimento - welcome caffè - visita agli spazi espositivi degli sponsor, dei partner e delle associazioni ore 15,30 - Inizio lavori (Processo alla comunicazione: esposizione delle tesi accusatorie e difensive) ore 17,30 - Drink break e visita agli spazi espositivi ore 18,00 - Ripresa lavori e verdetto finale della giuria di esperti ore 19,30 - Formazione e motivazione manageriale con Roberto Re di HRD Training Group ore 20,30 - Buffet di gala - momenti di marketing relazionale - visita spazi espositivi Location: Expo Plaza dell'Hotel Crowne Plaza - Milan Linate in Via K. Adenauer, 3 a San Donato Milanese (MI) Essendo un evento "eccezionale" dalla imponente macchina organizzativa, mai realizzato in Italia, con la partecipazione di tutte le categorie professionali della Comunicazione, della Informazione e del Marketing, è una occasione da non perdere assolutamente, sia in qualità di manager semplice visitatore, sia in quella di manager benemerito (con contributo in denaro), per l'arricchimento umano, per la valorizzazione della propria attività , per l'aggiornamento professionale, per le relazioni ad alto livello e per il marketing e la comunicazione di se stessi. Un investimento concreto (in tempo o in denaro) per facilitare la propria carriera, per migliorare le proprie conoscenze e competenze manageriali ed infine per aumentare il successo personale e dell'impresa di appartenenza. La 1a Convention Italiana di Marketing e Comunicazione sarà un incrocio di idee, un confronto di opinioni, un crogiuolo di esperienze secondo la formula del contraddittorio processuale e del dibattito televisivo tra chi fa comunicazione, chi fa informazione e chi fa marketing per favorire la comprensione, facilitare la conoscenza, stimolare la motivazione, promuovere lo sviluppo e determinare il cambiamento. Hanno già confermato la partecipazione ed il loro tangibile contributo 18 network televisivi, 15 testate giornalistiche nazionali, 12 riviste di settore, 5 newtwork radiofonici nazionali, 95 portali e siti di

Di Danilo Arlenghi

Martedì 13 Febbraio 2007 11:40

news on line, 150 aziende multinazionali, 70 agenzie internazionali, 16 associazioni, 10 università ed accademie professionali, 3 istituti di ricerca e più di 500 top manager. Chi fosse realmente interessato a partecipare o a collaborare attivamente dando un contributo economico, o creativo e tecnico a fronte di un elevatissimo ritorno di immagine e commerciale per sé e per la propria azienda può contattare personalmente: Sabina Rosa Segretario generale del Clubtel 02 2610052 info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com Segna anticipatamente in agenda questo appuntamento per Martedì 20 Marzo al fine di non prendere alcun impegno, perché questo incontro ti sarà molto più utile, sia professionalmente sia commercialmente, di qualunque altro. Anche tu potrai dire: "C'ero anch'io". "Agire è bene, interagire è meglio" È la forza dirompente del network relazionale e delle iniziative in interassociativa. A presto incontrarci Danilo Arlenghi Presidente Nazionale Club del Marketing e della Comunicazione