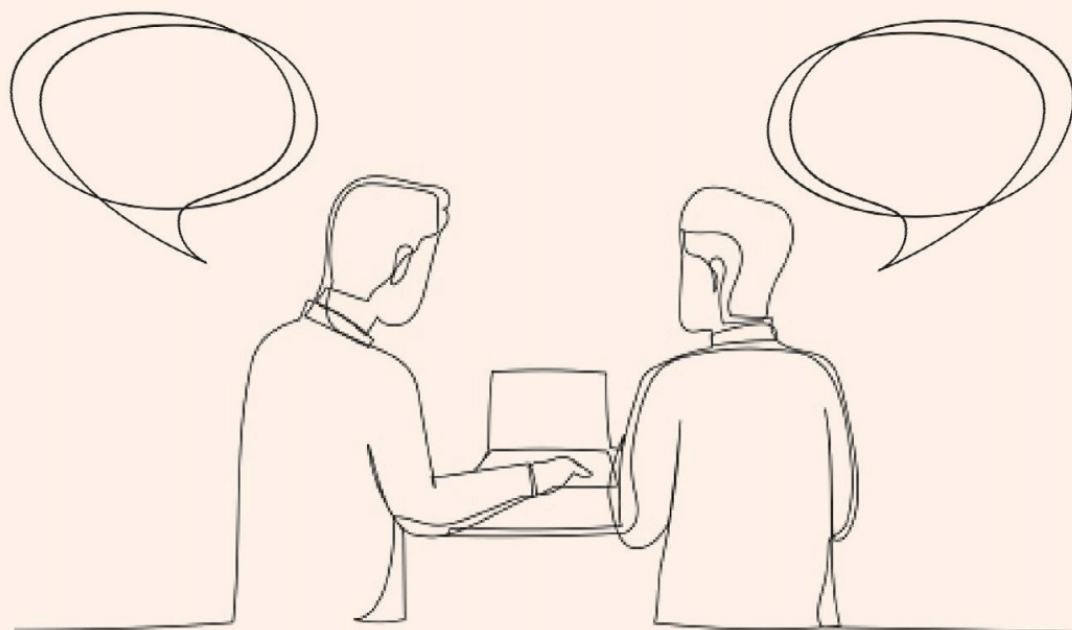


Area Digital-tech Skills

Industry 4.0

Martech: tra Innovazione e AI



sole24oreformazione.it

Titolo	Martech: tra Innovazione e AI
Categoria	Industry 4.0
Area	AREA DIGITAL-TECH SKILLS
Durata sessioni	Lezioni: venerdì dalle 14.30 alle 18.00, sabato dalle 09:30 alle 13:00, mercoledì dalle 18:00 alle 20:00 (mentoring)
Calendario	<p>Maggio</p> <ul style="list-style-type: none"> • venerdì 31, ore 14:30-18:00 <p>Giugno</p> <ul style="list-style-type: none"> • sabato 1, ore 09:30-13:00 • mercoledì 5, 18:00-20:00 • venerdì 14, 14:30-18:00 • sabato 15, 09:30-13:00 • mercoledì 19, 18:00-20:00 • venerdì 28, ore 14:30-18:00 • sabato 29, ore 09:30-13:00 <p>Luglio</p> <ul style="list-style-type: none"> • mercoledì 3, 18:00-20:00 • venerdì 12, ore 14:30-18:00 • sabato 13, ore 09:30-13:00

<p>Presentazione</p>	<p>Corso in collaborazione con IAB Italia.</p> <p>Il corso di Martech è progettato per dotare i partecipanti di competenze essenziali al crocevia tra marketing e tecnologia. Attraverso lezioni interattive, case study e l'uso di strumenti all'avanguardia, il programma esplora una vasta gamma di argomenti che vanno dall'analisi dei dati al digital engagement. I partecipanti impareranno a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementare strategie di marketing digitale che utilizzano dati e analytics avanzati per ottimizzare le campagne e migliorare il ROI. • Utilizzare piattaforme di automazione marketing per personalizzare l'esperienza del cliente e aumentare l'engagement, integrando sottilmente soluzioni basate su intelligenza artificiale per rafforzare l'efficacia delle campagne. • Navigare nel panorama del Martech, comprendendo come integrare nuove tecnologie, inclusa l'AI, per rimanere competitivi nel mercato attuale. • Applicare tecniche di intelligenza artificiale in modo non invasivo per l'analisi predittiva e lo studio del comportamento dei consumatori, migliorando così le decisioni basate sui dati.
<p>Coordinatore corso</p>	<p>Andrea Folcio (Coordinatore e framework) - Co-founder di The Newco e formatore</p>
<p>Qualificazione acquisita</p>	<p>Attestato di frequenza</p>
<p>Relatori</p>	<p>DOCENTI</p> <p>Giovanni Rossi - Data & Madtech Senior Manager @ The Newco Federico Grenzi - Head of Omnichannel @ The Newco Giulia Sala - Senior Associate presso DGRS Studio Legale - Data Protection Officer Paolo Sansone - Head of Data Platform @ The Newco</p>
<p>Strumenti didattici</p>	

Programma

MODULO 1 - Introduzione (9 ore):

- Cos'è il Martech? Ripensare e rivisitare il marketing
- Perché il Martech è rilevante?
- Il ruolo del Martech: impatto per la piccola, media, grande azienda
- Un modello di maturità martech: intuizioni dal mercato
- Decisioni chiave per impostare il Martech per qualsiasi fase del livello di maturità aziendale
- Rapporto tra Martech, Marketing & Tech (IT): le specificità del Martech
- Martech: il ruolo dei Dati di prima, seconda e terza parte
- Gestione dei Cookie
- Cosa è cookieless | Impatto sulle attivazioni di marketing

MODULO 2a - La regolamentazione (4 ore):

- Principi chiave del GDPR
- Come gestire i consensi privacy
- Conservazione dei dati (e diritto all'oblio)
- Partnership Commerciali | Consensi congiunti
- Marketing conforme al GDPR | Organizzazione e approccio
- DSA – Digital Service Act & Big Companies

MODULO 2b - Ruolo Strategico (5 ore):

- B2B, B2C, B2B2C, B2C2B
- Percorso non lineare di acquisto | Percorso decisionale di acquisto
- Omnichannel journey
- Marketing basato sul pubblico
- Personalizzazione su larga scala | UX |
- Prossima azione migliore, Prossima migliore offerta
- Modello di gamification
- Modello di loyalty
- Integrazione vendite, postvendita, servizi
- Economia delle subscription Strategia di canalizzazione completa |
- Acquisition Funnel
- AI - panorama dell'apprendimento automatico

MODULO 3 - Dati (9 ore)

- Cosa sono i dati
- Data Strategy | Data Governance | Data Quality |
- Data Collection
- Strategic KPIs | Operational KPIs | Identity
- Raccolta
- Data Journey, OPT-Ins collection by touchpoint
- Golden record | Contactability
- Data Enrichment
- Data Projects | Sponsor, Stakeholders, Lead,
- Delivery team (RACI), Data Team governance |
- Data & Systems architectures, Security
- Analisi e utilizzo dell'AI
- Lifecycle | Lifetime
- Data driven decision | Create, execute, analyse, refine
- Data integration | Business network integration
- Data driven business KPIs | Sales, Loyalty rates,
- Churn rate, CLTV, ...
- Data driven operational KPIs | Reactivity,

- Engagement, Pressure, Impact on Business
- Data analysis | Data mining
- Attivazione media
- MARtech -- ADtech connection to enable 1-to-1 marketing at scale |
- Identity recognition
- SEO, SEM, Media Spending, Sources of Traffic
- Data technologies | CDP, CRM, DMP, Data Lake, DataViz
- Data monetization vs Costs | A new corporate asset
- Personalizzazione
- On Site Behavior, Web Site Effectiveness, Marketing on Website
- Data driven marketing | Personalization, Recommendation, Customer Journey
- Data driven UX | Purchase Decision Path, Behavioral Analysis
- Informazione
- Media spending optimization | Campaign spending optimization
- Machine Learning & AI | Principles, overview, apps
- Predictive modeling | Purchase window, Churn risk

MODULO 4.a - Martech (4 ore):

- Operational Framework
- The IT systems, infrastructure, organization and processes
- Cloud vs on-premise | Make vs Buy
- Requirements: Business, Functional, Technical
- Touchpoints | Customer Journey Management
- Touchpoints | Integration needs | Lead, Contact, Events,
- Offers, Orders, Warranties ...

MODULO 4.b - Martech Activation (3 ore):

- CDP Framework + CDP Platforms and Components
- ADV Platform - DMP Platform - Website | CMS - E-commerce
- Personalization engines | Recommendation engines - Sales Force
- Automation tool
- Marketing Communication, Marketing Automation
- CRM platform and Data management - Loyalty platform
- Business Intelligence
- Metriche di successo

Termini iscrizione

2024-05-30

Informazioni

Questo corso è ideale per:

- Professionisti del marketing che desiderano approfondire le loro competenze tecniche e capire come la tecnologia, inclusa discretamente l'intelligenza artificiale, possa potenziare le loro strategie di marketing.
- Specialisti in tecnologia interessati a applicare le loro abilità nel contesto del marketing digitale, con un interesse particolare per l'AI.
- Manager e decision makers che richiedono una solida comprensione di come il Martech, arricchito dall'AI, possa essere utilizzato per guidare la crescita aziendale.
- Neo-laureati in campi correlati che cercano di specializzarsi in un settore di punta che combina marketing e tecnologia.

Sbocchi occupazionali

Vasta gamma di ruoli e sbocchi professionali nel settore del marketing digitale e dell'advertising. Alcuni esempi includono:

- **Specialista in Marketing Digitale:** Questo ruolo coinvolge la progettazione, l'implementazione e l'ottimizzazione di strategie di marketing online attraverso una varietà di canali digitali come social media, email marketing, SEO, SEM, e altro ancora.
- **Analista dei Dati di Marketing:** Con competenze avanzate nell'analisi dei dati e nell'utilizzo di strumenti di intelligenza artificiale, i partecipanti potrebbero lavorare come analisti dei dati di marketing, interpretando i dati per identificare trend, modelli e opportunità per migliorare le strategie di marketing.
- **Manager di Customer Engagement:** Questo ruolo si concentra sulla creazione e l'implementazione di strategie per coinvolgere e mantenere i clienti, utilizzando tecniche avanzate di personalizzazione e fidelizzazione per massimizzare il coinvolgimento del pubblico.
- **Responsabile Martech:** Con una solida formazione nel Marketing Technology (Martech), i partecipanti potrebbero lavorare come responsabili Martech, gestendo l'implementazione e l'integrazione di strumenti e tecnologie di marketing avanzate per ottimizzare le operazioni e migliorare le performance.
- **Consulente di Marketing Digitale:** I partecipanti potrebbero intraprendere la carriera come consulenti indipendenti nel campo del marketing digitale, offrendo consulenza e supporto alle aziende per sviluppare e implementare strategie di marketing efficaci.
- **Gestore del Prodotto Digitale:** Con competenze avanzate nella comprensione del comportamento dei consumatori e nell'utilizzo di strumenti di analisi dei dati, i partecipanti potrebbero lavorare come gestori di prodotto digitale, responsabili della definizione e del lancio di prodotti e servizi digitali che rispondono alle esigenze del mercato.

Contenuti

	Tematica	ORE
1	MODULO 1 - Introduzione	9
2	MODULO 2a - La regolamentazione	4
3	MODULO 2b - Ruolo Strategico	5
4	MODULO 3 - Dati	9
5	MODULO 4.a - Martech	4
6	MODULO 4.b - Martech Activation	3
Totale		34

Termini iscrizione

30 Maggio 2024

<p>Quota di iscrizione</p>	<p>€ 2.684 IVA INCLUSA PREZZO € 2.200 + IVA (2684€)</p> <table border="1" data-bbox="529 255 1481 394"> <thead> <tr> <th></th> <th>RATA</th> <th>SCADENZA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1.342€ IVA INCLUSA</td> <td>all'atto dell'iscrizione</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1.342€ IVA INCLUSA</td> <td>dopo il 1° mese dall'iscrizione</td> </tr> </tbody> </table>		RATA	SCADENZA	1	1.342€ IVA INCLUSA	all'atto dell'iscrizione	2	1.342€ IVA INCLUSA	dopo il 1° mese dall'iscrizione
	RATA	SCADENZA								
1	1.342€ IVA INCLUSA	all'atto dell'iscrizione								
2	1.342€ IVA INCLUSA	dopo il 1° mese dall'iscrizione								
<p>Modalità pagamento</p>	<p>Il pagamento della quota può avvenire tramite carta di credito e bonifico bancario.</p> <p>Per il bonifico, l'IBAN di riferimento è il seguente: IT96N0326803402052620984800</p> <p>Possibilità di finanziamento con Sella Personal Credit previa approvazione della finanziaria*</p> <p><i>* Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Operazione soggetta ad approvazione di Sella Personal Credit SpA. Per maggiori informazioni è possibile richiedere il modulo "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" (SECCI) e la copia del testo contrattuale.</i></p>									