

SEMINARI PID-ECCELLENZE IN DIGITALE ANNO 2020

Mercoledì 2 dicembre 2020

Eventi virtuali opportunità e criticità con Meet, Zoom, Skype e StreamYard

Lavoro "smart", riunioni ed eventi virtuali: l'emergenza sanitaria ci ha posto di fronte a un nuovo modo di lavorare, fare meeting e partecipare a convegni. Il corso intendeva fornire strumenti e idee per capire come gestire al meglio queste novità per la propria realtà imprenditoriale.

Partendo da alcuni suggerimenti operativi per lo smart working siamo arrivati ad analizzare le più famose piattaforme per riunioni ed eventi virtuali, scandagliando anche tutte le opportunità per massimizzare i dati da raccogliere, migliorare le presenze ed ottenere feedback utili per un'impresa.

Mercoledì 4 novembre 2020

L' E-Commerce è online! come promuoverlo e usare i social shops

La vendita online è diventata un importante elemento nella strategia di molte imprese; allo stesso tempo, l'acquisto online è diventato un'abitudine per l'utente e cliente. Proprio per la grande diffusione degli e-commerce, accelerata in quest'ultimo periodo anche dall'emergenza Covid-19, diventa ancora più difficile emergere col proprio negozio online rispetto alla concorrenza. La partita si gioca sulla strategia e sulla conoscenza degli strumenti, che sono numerosi e diversi: in questo evento abbiamo approfondito due strumenti per promuovere il proprio negozio online: gli annunci pubblicitari su Google (ads) e i social shops di Facebook e Instagram. Inoltre sono state presenti due aziende del territorio esperte in materia, di cui sarà interessante scoprire strategia e strumenti usati su questo tema.

Mercoledì 7 ottobre 2020

E-Commerce: nuovi modelli per stare al passo

Il corso ha cercato di fornire strumenti e idee per superare l'impasse dovuta al Covid e rendere l'e-commerce un elemento stabile nell'attività di una qualsiasi impresa, di prodotti o di servizi. Durante il seminario si sono alternate le testimonianze dei protagonisti fiorentini in grado di supportare direttamente le imprese (o startup) nell'avviare, consolidare e promuovere ulteriormente la propria presenza online.

I partecipanti avranno così le idee più chiare sull'importanza della programmazione, di un gestionale in grado di controllare più velocemente il magazzino, delle tecnologie in grado di dialogare con il proprio store online: tutto per rendere ancora più performante la propria attività.

Mercoledì 10 giugno 2020

E riprogrammato in versione webinar

L'ASSISTENTE SI FA VIRTUALE: dal customer care alla customer experience

La Customer experience è spesso l'arma vincente per fidelizzare il cliente e far sì che diventi il primo testimonial del nostro prodotto/servizio. Fornire una buona customer experience significa assicurarsi che ogni touchpoint, ogni punto di contatto tra il cliente-azienda, sia di qualità. Oggi non basta più rispondere ad un telefono o a una mail: la tecnologia 4.0 entra da protagonista in questa fase del rapporto azienda/cliente in ogni momento della giornata o dell'acquisto.

Mercoledì 27 maggio 2020

LA SENTIMENT ANALYSIS SUI SOCIAL: ascolto del cliente e branding 4.0

Oggi non basta più “essere sui social”, serve comprendere le dinamiche ed anche prevedere il comportamento degli utenti. Analizzare il sentimento contenuto in un commento significa sommare a un’analisi quantitativa - fatta di numeri – un’analisi qualitativa, capace di interpretare il testo per estrarne il reale significato e, da questo, il vantaggio competitivo per l’impresa.

Mercoledì 22 aprile 2020

L’ASSISTENTE SI FA VIRTUALE: dal customer care alla customer experience

La Customer experience è spesso l’arma vincente per fidelizzare il cliente e far sì che diventi il primo testimonial del nostro prodotto/servizio. Fornire una buona customer experience significa assicurarsi che ogni touchpoint, ogni punto di contatto tra il cliente-azienda, sia di qualità. Oggi non basta più rispondere ad un telefono o a una mail: la tecnologia 4.0 entra da protagonista in questa fase del rapporto azienda/cliente in ogni momento della giornata o dell’acquisto.

Venerdì 21 febbraio 2020

MARKETING AUTOMATION E CRM: i dati del cliente al centro

Il Marketing Automation è l’insieme di attività, tecnologie e processi che aiutano le aziende a raggiungere le persone giuste, con il messaggio giusto, al momento giusto. Si tratta dunque di mettere i dati al centro, analizzare e progettare misurando costantemente andamento, rendimento, ritorno, efficacia delle azioni marketing. Il tutto, in un’ottica globale di business con l’obiettivo di attrarre più potenziali clienti e “convertirli” in clienti soddisfatti e fidelizzati mediante azioni mirate e personalizzate. Abbiamo visto insieme come la tecnologia può supportare questo processo e come trovi fondamentale importanza l’implementazione di un CRM aziendale che sostenga questa mole di dati importantissima.

Mercoledì 15 gennaio 2020

E-COMMERCE 4.0: piattaforme e tecnologie all’avanguardia

Esistono “storici” marketplace di successo che hanno cannibalizzato - in un ventennio - intere fasce di mercato. La soluzione per le PMI? Offrire, anche negli acquisti online, un’esperienza di qualità ed una maggiore personalizzazione del servizio. Le tecnologie 4.0 aiutano le PMI anche in questa fase ed insieme ad alcune testimonianze vedremo quali sono le soluzioni “tech” per riconquistare il mercato.