



## NEWS

## Convegno "BTB Enterprise Forum 2007". Sconto del 10% per i lettori di Eccellere.

**A Milano, un convegno organizzato da Marcus Evans sulle innovazioni strategiche di marketing per la valorizzazione e fidelizzazione del cliente d'impresa**

*di Nicolò Occhipinti*

Brand, comunicazione integrata, strumenti e innovazioni di marketing. Quali strategie di marketing deve approntare l'impresa del 2007 nel suo rapporto commerciale di business per acquisire la leadership nel mercato e competere oltre i confini nazionali? E come accingersi ad affrontare la competizione globale quando e' necessario spostare le fasi produttive dove e' possibile realizzarle in modo piu' conveniente? La gestione di marketing e le strategie del b2b hanno necessariamente una loro peculiarita'.

La gestione del cliente di business deve procurare valore aggiunto per portare alla fidelizzazione ed a partnership di lungo periodo. Il cliente impresa deve essere valorizzato ed ascoltato per mantenere una ritenzione duratura nel tempo. Su quali leve si deve puntare la direzione marketing per programmare gli interventi di gestione nel

lungoperiodo? A queste ed altre domande si cerchera' di rispondere inoccasione di questo forum.

La prima conferenza italiana di MarcusEvans sul BTB Enterprise rappresentera' l'occasione per:

- Ascoltare le esperienze di brand globali come Vodafone e Microsoft sulla comunicazione e le innovazioni di marketing per la valorizzazione del cliente impresa
- Identificare i vantaggi dell'e-marketplace e gli strumenti di affiliation marketing e comunicazione btl attraverso l'ascolto del caso Costa Crociere ed erodere quote di mercato approntando una comunicazione di prodotto e di marca consistente
- Aggiornarsi e trarre spunto da casi aziendali come Skype for Business sulle strategie innovative per il diretto coinvolgimento della propria clientela

Key Benefits:

- Ascoltare come un marchio come Intel estende il posizionamento globale nel contesto locale italiano
- Ottimizzare le strategie di relationship marketing e e gli approcci multicanale nella gestione del cliente di business attraverso l'ascolto delle esperienze di Banca Imi e Cattolica Assicurazioni
- Scoprire come Uvet American Express fa co-branding e si differenzia offrendo un servizio di eccellenza

Relatori:

Enrico Noseda  
Direttore Business Development  
Skype

Francesco Fasoglio

European Marketing manager  
3M Touch Systems

Mario Mazzei  
Responsabile Marketing e Comunicazione  
Uvet American Express

Andrea Cerri  
CRM Manager  
Bticino

Marco Girelli  
Responsabile Marketing Divisione  
Manager Top Accounts  
Lease Plan Italia Spa

Fabio Carniol  
Direttore  
Cattolica Assicurazioni

Carlo Rossanigo  
Direttore Relazioni Esterne  
e Corporate Marketing  
Microsoft Italia

Axel Erpenbach  
Responsabile E-Business  
Costa Crociere

Andrea Monzani  
Responsabile Comunicazione  
Imi Banca

Enrica Fortunati  
Responsabile Marketing  
Intel

Antonio Calegari  
Direttore Marketing Business  
Vodafone

Renato Grottola  
Global Market Director  
DNV

Federico Bianchini  
Professional Comunicazione Online Servizi  
Commerciali alle Imprese  
Intesa Sanpaolo  
Senior Representative  
Seat PG

Per maggiori informazioni sul programma, **clicare qui**.

Per scaricare la brochure con la scheda di iscrizione scontata del 10% per i lettori di Eccellere, **clicare qui**

1-8-2007

LINK ALLA NEWS:  
[www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=96](http://www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=96)

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -  I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** ([www.eccellere.com/notelegali.htm](http://www.eccellere.com/notelegali.htm)).