OLTRE IL MADE IN ITALY: QUALI SONO I MIGLIORI STRUMENTI DI ANALISI DEL WEB PER CAPIRE LE TENDENZE DEL MERCATO?

21 NOVEMBRE 2019

VILLAFRANCA DI VERONA
AUDITORIUM - PIAZZA SAN FRANCESCO, 1

Tramite le metriche e gli strumenti analitici dei big data raccolti con i social media, le imprese vengono a disporre di straordinarie opportunità di apprendimento sui propri clienti: la profilazione della clientela non è più solo alla portata delle grandi imprese. Questo consente di andare oltre la relazione di mercato, tipica delle produzioni made in Italy, basata in prevalenza sull'eccellenza del prodotto. In futuro solo chi saprà leggere e interpretare il cliente, anticiparne le esigenze e proporre soluzioni innovative avrà la possibilità di sopravvivere.
In particolare la content analysis di commenti e recensioni dei clienti rivela ai decisori aziendali preziosi segnali sul divenire dei mercati.

Dalle 17:00 alle 19:00

SALUTI ISTITUZIONALI
Silvia Nicolis, Camera di Commercio di Verona

IL PUNTO IMPRESA DIGITALE (PID) DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VERONA: SERVIZI A SUPPORTO DELLA CRESCITA DELLE PICCOLE IMPRESE
Riccardo Borghero, Camera di Commercio di Verona

CAMERA DI COMMERCIO E UNIVERSITÀ INSIEME PER LA DIGITAL TRANSFORMATION
Marta Ugolini, Università di Verona

OLTRE IL MADE IN ITALY: QUALI SONO I MIGLIORI STRUMENTI DI ANALISI DEL WEB PER CAPIRE LE TENDENZE DI MERCATO?
Alessandro Bigi e Claudio Tomazzoli, Università di Verona

UNA CASE HISTORY AZIENDALE
Alberto Cisamolo, Linea Nostra Calzature

APERITIVO

www.vr.camcom.it/it/content/servizi-online/eventi
pid@vr.camcom.it

Con il patrocinio di:

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA VERONA

punto impresa digitale

UNIVERSITÀ di VERONA

Comune di Villafranca