



CONGRESSO NAZIONALE A.I.S.M.

DIGITAL TRANSFORMATION:

il marketing come elemento di innovazione e gene mutante in
azienda

Introduzione del Presidente AISM Giancarlo Cervino

Gentili Signore, Gentili Signori,

A nome di **AIMS** – Associazione Italiana Sviluppo Marketing, Vi porgo un cordiale benvenuto al nostro I Congresso Nazionale in questa superba cornice dell'*IBM Client Center*.

AIMS, pur essendo la più antica associazione italiana di marketing con oltre 60 anni di storia alle spalle, ha oggi la ambizione di essere l'associazione di riferimento per il marker più proiettata verso il futuro della professione e del ruolo del marketing nella vita delle aziende e dei soggetti economici.

IL ruolo del marketing nell'era *digital* e *analytics* non è quello di una disciplina a sé stante ma, come evidenziato nel titolo di questo incontro, "un gene mutante" che obbligherà gli attori economici a riconsiderare l'intera organizzazione aziendale.

Le sfide poste dalla globalizzazione e dalla crisi economica impongono alle imprese l'abbandono del classico pionierismo dell'homo imprenditore per l'ingresso nella rete digitale dei social e della rivoluzione industriale 4.0 in cui i tedeschi, per rimanere in Europa, ormai sono definitivamente lanciati.

Dalla rivoluzione del vapore, passando all'energia elettrica e poi agli sviluppi dell'elettronica, in soli 3 secoli l'umanità ha fatto dei passi da gigante ma sempre a compartimenti geografici e sociali ben precisi. Oggi, grazie alla Rete Globale, il mercato e la società non hanno veramente più barriere! Una volta entrati nel mondo del web e, in particolare, dei social media, tramite un piccolo dispositivo come lo *smartphone*, si ha la *chiave* per conquistare nuove frontiere prima inimmaginabili.

Ma questa chiave deve essere gestita dalle imprese in maniera assolutamente diversa dai precedenti codici di comunicazione a senso unico.

L'interattività con l'utente, sia esso cliente oppure semplice commentatore, è fondamentale ed il *marketer* deve prendere coscienza che necessita di nuove competenze un tempo considerate al di fuori del suo campo di azione.

Questo è il focus del convegno ed ovvero l'evoluzione del marketing in chiave *digital e analytics*.

E cercheremo di raggiungere l'obiettivo principalmente con la presentazione di *case history*, di testimonianze dirette e percorsi esperienziali per offrire utili spunti gestionali ed operativi nati dall'esperienza di chi quotidianamente si trova ad affrontare, in modo innovativo, i problemi e le opportunità del mercato.

Chiudo adesso la mia breve relazione introduttiva con i ringraziamenti.

Comincio da **tutti i relatori** che hanno messo a disposizione dell'Associazione le loro competenze e conoscenze per condividerle con i partecipanti.

Passando agli sponsor, ringrazio prima di tutti **IBM Italia** che ci ospita presso il *Client Center* e per il contributo fornito attraverso le testimonianze. Un ringraziamento particolare a **Maria Cristina Farioli** Direttore Marketing e Comunicazione di IBM e membro del Comitato Scientifico AISM

Ringrazio gli altri sponsor:

- **BRAIN Force Cegeka**
- **Gruppo VEGÉ**
- **Etabeta**
- **Boscolo**
- **Check Bonus**

per l'importante supporto all'iniziativa e che con il loro contributo daranno ulteriore valore aggiunto al Congresso.

Ringrazio il nostro Partner e associato **OPS** per la collaborazione nell'organizzazione del Congresso e **MyMarketing.Net** quale media partner.

Porgo un ringraziamento particolare al Professor **Franco Giacomazzi**, Presidente del Comitato Scientifico AISM e *Past President*, che sempre sostiene ed appoggia l'Associazione rappresentando in pieno il senso e lo spirito associativo

Ringrazio **Massimo Giordani**, Vice Presidente AISM, che ha saputo armoniosamente connettere contenuti ed interventi anche in ambito *social*.

Un ringraziamento al Segretario Generale AISM, **Giulia Zaia**, per la gestione ed il coordinamento di tutti gli attori del Congresso ed alla Segretaria, **Laura Abà** per la pazienza e la dedizione dimostrata.

Ringrazio da ultimo tutti i partecipanti, soci AISM e non e dichiaro aperti i lavori del Congresso.

Giancarlo Cervino
Presidente AISM