

# Tutti pazzi per il BE-Wizard!

Grande successo per l'ottava edizione dell'evento di web marketing numero uno in Italia. Tante le novità e i trend del settore annunciati da guru internazionali come Peter Fisk e Mathew Sweezey



L'ottava edizione consacra a pieno titolo BE-Wizard! L'appuntamento di web marketing più autorevole su territorio nazionale grazie allo standard dell'offerta formativa e al coinvolgimento di super esperti internazionali. Un pubblico misto, dagli studenti a piccoli e grandi imprenditori, ai marketers fino alle risorse umane che si occupano di comunicazione, ha affollato il Palazzo dei Congressi di Rimini che ha accolto oltre 1200 iscritti, facendo registrare all'evento il più alto numero in assoluto di nuovi partecipanti (350), in arrivo da tutta Italia, con picchi da Lombardia, Veneto, Sicilia e Sardegna, ma non sono mancate neppure presenze dall'Austria.

Forte del successo delle precedenti edizioni, quest'anno BE-Wizard! ha aumentato le sessioni specialistiche portandole a sei, con l'aggiunta del tema food all'interno del panel.

## L'automazione e il potere del network per innovare con successo

Al centro della due giorni l'automazione, trend attuale a livello mondiale come hanno confermato gli

interventi che si sono tenuti in sala plenaria nella prima mattinata. **Mathew Sweezey**, Responsabile Marketing under 35 di Salesforce, azienda leader a livello mondiale in fatto di digital automation, ha detto «In un mondo automatizzato è l'autenticità che fa vincere, ecco perché, in questo mondo globale, bisogna pensare in termini individuali. Ne consegue che sfruttare tools e software per automatizzare processi permette di lavorare, partendo

dall'analisi dei big data, sulla migliore strategia per ogni singolo utente» Della stessa idea anche **Peter Fisk**, consulente per i big players del business globale a cominciare da Ferrari «La vendita non sarà più la fine del processo, bensì il punto di partenza perché in un mondo che sta cambiando e che continuerà a cambiare il successo si ottiene grazie alla capacità delle aziende di connettere i clienti tra loro, facilitandoli a condividere le proprie passioni allo scopo di rendere migliori le loro vite. Proprio a questo serve il potere del network, dei dati e della tecnologia ed è proprio attraverso le communities che si potrà accrescere il desiderio e l'appeal di un brand, di un prodotto e di un servizio. «Cosa fare per rendere la vita dei propri clienti migliore?» è la domanda da cui partire per ripensare il proprio business». Fisk ha concluso portando ben 99 esempi di aziende che hanno già innovato e che stanno già cambiando il mondo, tra queste l'esempio della giovanissima Xiaomi (fondata nel 2011) che secondo Fisk supererà Apple entro un paio d'anni.

P.T.



## THE NEW MARKETING FRONTIERS

# Everyone is crazy for BE-Wizard!

The eighth edition of the number one web marketing event in Italy was a smash hit. Several were the sector news and trends announced by international gurus like Peter Fisk and Mathew Sweezey

**W**ith full rights, its eighth edition consecrates BE-Wizard! as the most renowned web marketing event across Italy, thanks to the standard of the offered training and the participation of acknowledged international experts. A mixed audience made of students, small- and big-business entrepreneurs, marketers and human resources, all dealing with communication, crowded the Palazzo dei Congressi in Rimini: this last received over 1200 registrants coming from all over Italy, with peaks from Lombardy, Veneto, Sicily and Sardinia, although many participants came even from Austria. Interestingly, the aforementioned number of people attending the 2-day training turns out to be the highest figure of new participants ever (350 in total). Building on the success of its previous editions, this year BE-Wizard! has increased the number of specialist sessions, for a total of six, and added the food theme inside its panel.

## Automation and the power of networks: succeeding in innovating

The core of the 2-day meeting has been automation: a worldwide cur-



rent trend, as confirmed by the interventions taking place in the plenary hall early in the morning. Under-35 Principal of Marketing Insights of Salesforce, a world leader company in terms of digital automation, **Mathew Sweezey** said: «In an automated world, authenticity makes us win; that's why we need to think in terms of individuals, in this global world. It follows that exploiting tools and software in order to automate processes allows to work on the best strategy for every single user, moving from the

analysis of big data». This view is also shared by **Peter Fisk**, Consultant for global business big players starting from Ferrari: «The sale will not be the end of the process, rather its starting point because in an ever-changing world success is achieved thanks to the companies' ability to connect customers, helping them share their passions with the aim of improving their lives. Precisely this is the power of network, data and technologies and it is precisely through the communities that the desire and the appeal of a brand, of a product and a service will increase. "What should one do to improve one's customers' life?": this is the question from which to start out to innovate one's business». Fisk concluded mentioning a good 99 examples of companies that have already started their innovation and that are already changing the world; among them, one can cite the example of the young Xiaomi, whose start-up was in 2011 and which according to Fisk will outmatch Apple within a couple of years.

P.T.

Translation by Francesca Vinci

