

luppate azioni strategiche di comunicazione finalizzate al business, senz'altro preziosi in questo momento di recessione economica.

Vedremo, infatti, quanto sia indispensabile riuscire a scoprire il valore innovativo della propria azienda, per reinterpretarne la posizione sul mercato e realizzare strategie di comunicazione uniche, non convenzionali e "di valore".

E' proprio centrato su questo tema l'intervento di Mario Picchio che spiegherà che occorre pensare "oltre", al di fuori del consueto spazio di attività, ai "non clienti", a coloro che non hanno mai comprato nulla di quanto l'azienda offre, ma che potrebbero essere interessati a prodotti e strategie studiati per loro.

Sarà proprio Luca Targa a illustrare come costruire il rapporto con il Cliente, un rapporto negli ultimi tempi troppo trascurato, forse proprio a causa della crisi economica che stiamo attraversando che ha "distratto" l'imprenditore portandolo a concentrarsi su altre priorità.

Interagendo con il pubblico spiegherà che il Cliente presenta diverse sfaccettature - può essere timido, esigente o talvolta invadente - e descriverà le strategie da adottare per catturare anche il più difficile.

Massimo Guastini spiegherà come nel tempo è cambiato il modo fare pubblicità e quali sono oggi le dinamiche e gli stili della comunicazione digitale via web, con un intervento dal titolo: "Da pubblicitari con il megafono a consulenti della coppia marca-consumatore. Da "mi faccia il logo più grande" a "mi faccia dialogare con il mio consumatore".

Vincitore di due Leoni di Bronzo e cinque Short List al Festival di Cannes e di un Gran Prix italiano della Comunicazione Integrata, relatore al World Business Forum, Pasquale Diaferia, intratterrà il

pubblico con le sue qualità di grande comunicatore creativo, illustrando come "Trovare l'innovazione alle proprie spalle: corsi e ricorsi pubblicitari".

Molti saranno quindi gli interventi interessanti che vi invitiamo a seguire lunedì 15 marzo.

A termine del convegno, alle 21.00, si potrà assistere alla proiezione degli spot vincitori al Festival Internazionale della Pubblicità di Cannes, commentati da esperti del settore della comunicazione.

Ufficio Stampa Inside btb
Tel 0532.769903 Fax 0532.769860
Dott.ssa Cinzia Bove
cinzia.bove@insidebtb.it
www.insidebtb.it

Pasquale Diaferia

Creative Chairman della sua Agenzia "Special Team" con sedi a Varese e New York. Autore di famose pubblicità: da Breil a Omnitel, da Peroni a Wind fino alla prima campagna mondiale per Barilla. Insegnante di Teorie e Tecniche della Comunicazione di Massa all'Università dell'Insubria (Varese-Como)



Mario Picchio



e relatore di convegni come il World Business Forum (08). Vincitore di numerosi riconoscimenti tra cui 2 leoni di bronzo a Cannes ed un Grand Prix italiano.

Massimo Guastini

Socio fondatore e direttore creativo di "Cookies adv". Tra il 1997 e il 1998 è stato European Creative Strategic Planner per Champion Europe. Nella sua carriera, iniziata nel 1983, ha lavorato per alcune delle più famose marche di fama nazionale e internazionale come Emmantal, Badedas, Granarolo, Abbey National Bank, Emirates Airlines Gibson, Fender, Ricordi, Università Statale di Milano e Yamaha.

Mario Picchio

Presidente ed Amministratore Delegato di Roland DG Mid Europe, società appartenente alla Roland DG Corporation, azienda leader mondiale per la produzione e commercializzazione di prodotti nel mondo grafico della comunicazione visuale, dell'incisione e della modellazione 3D. Relatore in organizzazioni nazionali e mondiali, è considerato uno dei riferimenti di spicco per il marketing della stampa digitale di grande formato in Italia.

Luca Targa

Prima di acquisire Inside btb, è stato direttore marketing e comunicazione di importanti Gruppi della distribuzione alimentare italiana.

Presidente e responsabile strategico di Inside btb e consulente di comunicazione d'impresa, è membro della giunta esecutiva e vicepresidente della TP. Vincitore di numerosi premi tra cui ben 10 riconoscimenti alla XIV Edizione del Premio Mediarstars.

