BE-Wizard 2017: la digital experience al centro della prima mattinata

Dedicata tutta alla digital experiencel a mattinata d’apertura di **BE-Wizard**!, l'evento sul web marketing in corso al **Palacongressi di Rimini**. L’apertura di questa nona edizione è stata affidata a **Paolo Zanzottera**, uno dei massimi esperti di digitale in Italia: “Non ha più senso distinguere tra esperienza reale e digitale - ha spiegato - Abbiamo più fiducia in un profilo digitale o in una persona reale ? E’ la stessa cosa, ormai non distinguiamo più digitale e fisico: è un unico mondo, non ha più senso parlare di popolo della rete”.

Nel futuro del web marketing, in sostanza, “comunicazione off e on line devono avere un unico atteggiamento. Persone reali e profili digitali sono ormai la stessa cosa è ora di digitalizzare i modelli di business, ovvero sfruttare la propria presenza nel mondo fisico digitalizzandola".

Citando il modello di Amazon, che sta già creando negozi fisici, Zanzottera ha illustrato come poter ottenere dati personali per fare advertising in tempo reale nello spazio fisico, creare in tempo reale offerte dinamiche personalizzate in base alle reazioni emozionali o agli acquisti storici dei clienti, alla loro posizione geografica e ai comportamenti in store. “Il futuro – ha concluso - è uni nsieme tra dati, intelligenza artificiale, mobile e trucking”.

La mattinata è proseguita con i big speakers internazionali di questa IX edizione dell’evento: Lisa Myers “CEO di Verve Search premiata per due anni consecutivi agli European Search Awards come “Best Small SEO Agency" che ha ispirato i presenti sulla necessità di seguire la propria strada e non seguire comportamenti standard. Poi è stato il turno di Jan Willem Alphenaar - premio "Miglior Speaker dei Paesi Bassi" 2016 - con un keynote sul futuro che oggi è già realtà; infine David De Jong che ha diretto ha diretto Adrime (oggi Weborama Adrime) sino a farla diventare una delle più grandi agenzie media e poi fondato Screen6, con l’obiettivo di farla diventare la piattaforma di gestione cross-device più importante al mondo. E proprio sul futuro del web marketing sempre più multi-screen si è incentrato il suo intervento.