Nona edizione per BE-Wizard: focus sulla Digital Experience nel web marketing turistico

Torna per la nona edizione BE-Wizard!, tradizionale appuntamento sul digital marketing per il travel e il food in programma il **31 marzo e il 1° aprile** al PalaCongressi di Rimini.
I due giorni di formazione racconteranno lo stato dell'arte del marketing digitale che vede gli utenti sempre più orientati al multi-screen (anche in Italia ormai il 50% delle ricerche avviene da *mobile*) e vivono in una realtà virtuale tra negozi online, realtà aumentata e social media. Il processo della **digitalizzazione della realtà** sta provocando una contaminazione costante e reciproca della dimensione fisica e di quella digitale.

Il tema dell'evento: la digital experience

Al centro dell'edizione 2017 ci saranno quindi gli strumenti e le best practice per intercettare gli interessi dei singoli utenti cosi da offrire **un’esperienza digitale personalizzata**, in grado di soddisfare sogni e bisogni individuali, e dunque di fidelizzare il cliente.
Il concetto di fondo è che non esiste più alcuna differenza tra online e offline: il modo in cui le persone si rapportano con le aziende è cambiato e per questo motivo è fondamentale creare un'esperienza digitale incentrata sulle persone, con un'esperienza che sia memorabile, ma al contempo efficace per il business.

Gli ospiti internazionali

La nona edizione di BE-Wizard! sarà aperta da **Paolo Zanzottera** venerdì mattina nella sala plenaria: sul palcoscenico si alterneranno alcuni ospiti internazionali come **Lisa Myers** fondatrice di Verve Search, sul tema "Pensa come un pubblicitario tradizionale, agisci come un fanatico della tecnologia". A seguire **Jan Willem Alphenaar** che parlerà di come "Trasformare l'esperienza reale in esperienza digitale" e **David De Jong**, Ceo & founder di Screen 6 che approfondirà "Come la TV e il mondo digitale stanno convergendo: panoramica sul fenomeno cross-device"

Le sessioni specialistiche

Dopo la full immersion in plenaria del venerdì mattina saranno quattro le **sessioni** che prenderanno il via dal pomeriggio della prima giornata e proseguiranno fino a sabato 1° aprile con approfondimenti specialistici verticali su **5 percorsi**

- **Turismo** > Introdotto da Josep Ejarque, tratterà di Destination Management e Destination Marketing, hotellerie e brand identity. Si parlerà, tra l'altro, di travel visual storytelling sui social, di blogging e di come capitalizzare sul web l'esperienza di viaggio o vacanza generata on line dai turisti.
- **Welcoming Cities** - evento nell'evento giunto alla quarta edizione che tratterà i temi più innovativi dell'accoglienza turistica sul tema "Users and the city"
- **Food** - Moderato da Nicoletta Polliotto, porterà dal web alla tavola, e viceversa: sarà l'iter del percorso formativo in ambito food: piattaforme, linguaggi di comunicazione e visual strategy per portare il cliente dentro al ristorante, come per attrarre turisti su un territorio attraverso la valorizzazione del patrimonio gastronomico.
- **Advanced Marketing -** La sessione, riservata a chi del web marketing ne ha fatto una professione, sarà focalizzata sugli ultimi web-trends illustrati dai web marketing specialist più autorevoli del panorama nazionale. Tecniche innovative e strumenti professionali sono le keyword della sessione coordinata da Fabio Sutto. Si parlerà di come incrementare le performance social, come lanciare un brand online, le funzionalità del neuromarketing e molto altro.
- **Business** - La sessione dedicata al Business sarà presentata da Giovanni Cappellotto, uno dei maggiori esperti in Italia di e-commerce che ci mostrerà come tracciare e migliorare l'esperienza di acquisto online e all'interno dei punti vendita.

La scorsa edizione

L'edizione 2016 dell'evento ha registrato il record dei partecipanti, superando il tetto dei 1200 iscritti. "Un risultato che ci auguriamo vivamente raggiungere anche quest'anno e di superarlo grazie allo standard dell'offerta formativa che da sempre ci contraddistingue." ha dichiarato **Enrico Pozzi**, presidente di Titanka e ideatore dell'evento "La nostra mission è fornire al pubblico una formazione immediatamente trasferibile e applicabile nel proprio ambito business specifico, perché per emergere occorre cambiare approccio velocemente. Il mondo sta cambiando e continuerà a cambiare radicalmente e rapidamente".