

Laboratorio di Total Marketing

PROGRAMMA

Le tecnologie esponenziali danno dei veri e propri superpoteri a esseri umani e dati, sbloccando un valore straordinario per la società e offrendo enormi efficienze nella gestione del pianeta. Nell'era digitale (cominciata a partire dagli anni 2000), creare connessioni che siano fluide, efficienti e guidate dalla tecnologia non è più solo un vantaggio, ma una necessità per aziende di ogni dimensione, sia pubbliche che private. Questo viene magnificato ai tempi di tecnologie esponenziali, come Blockchain e Intelligenza Artificiale (IA).

Benvenuti nell'epoca del Total Marketing, un approccio completo e olistico che riunisce tutti gli stakeholder in un ecosistema coeso e interconnesso, alimentato dalla tecnologia. Un nuovo marketing necessita di esperienze fortemente intrise di tecnologia. Per usare la terminologia di Gartner, ha bisogno di una Total Experience come fondamento. Il Total Marketing nasce da uno strato in continua evoluzione di tecnologie esponenziali — tra cui ovviamente l'IA e la Blockchain — e dall'esigenza di un cambiamento culturale che coinvolga l'intera rete di consumatori, dipendenti e fornitori. La verità è che siamo tutti collegati e il nostro obiettivo, come umani e cittadini, dovrebbe essere quello di aumentare il capitale sociale di tutti noi, e raggiungere l'eccellenza in qualsiasi servizio, con un impatto minimo sulla comunità esterna e senza externalità negative.

L'idea di un Total Marketing implica che il nostro contributo, chiunque siamo e qualsiasi ruolo abbiamo nella catena del valore, viene catturato attraverso una rete ibrida di interfacce e dispositivi "phygital" (fisici e digitali), e processato in modo istantaneo e intelligente, con il risultato finale che rappresenta la perfetta allocazione e utilizzo delle risorse disponibili, servite a ciascuno in maniera equa e ultra-personalizzata, misurata esattamente sui loro bisogni e desideri, attuali e futuri. Non ci sarà altro modo di fare business in futuro.

Obiettivi del Total Marketing Lab:

1. Comprendere cosa sono Blockchain, Web3, AI, IA Generativa e Agenti IA, e le loro applicazioni nella vita quotidiana di un dipartimento Sales, Marketing e Comunicazione. Comprendere quali sono gli attori del tech che stanno definendo il mercato globale, e i trend tech degli ultimi cinque – dieci anni.
2. Comprendere gli elementi fondamentali del Total Marketing, attraverso casi d'uso concreti, dai mercati più diversi. Comprendere le implicazioni su people, content e process, all'interno di un'azienda.
3. Lavorare su potenziali casi e applicazioni di Total Marketing, per esempio nel mondo del Retail, dell'E-commerce, del Marketing e nell'organizzazione complessiva di un'azienda, sia in ambito B2B che B2C.

Contenuti del Lab:

Il Lab è strutturato in quattro moduli, e si sviluppa nell'arco di due giorni. Il Lab prevede una sessione finale di presentazione di un caso d'uso da parte degli studenti.

• Modulo 1 (3 ore)

- Introduzione a Blockchain, Web3, AI, IA Generativa, Agenti IA e Quantum computing
- Introduzione a esperienze ibride, immersive, fisiche e digitali, che rappresentano il futuro del business, includendo i player più rilevanti degli ultimi anni

- **Modulo 2 (3 ore)**

- Introduzione al Total Marketing, con ampia panoramica di casi d'uso, applicati al consumer journey
- Discussione in aula, e introduzione dell'esercizio finale (gli studenti presentano un loro caso durante il Modulo 4)

- **Modulo 3 (3 ore)**

- Come cambia il mondo del lavoro, l'organizzazione e la leadership alla luce del Total Marketing; dieci raccomandazioni per i leader del futuro e cinque suggerimenti per comunicare come un vero 'Challenger'
- Discussione in aula

- **Modulo 4 (3 ore)**

- Recap dei tre moduli precedenti
- Condivisione degli output degli studenti, divisi in gruppi di lavoro durante il Modulo 1.