

Torna il Philip Kotler Marketing Forum: il grande forum nazionale dedicato al marketing strategico

Il 30 novembre il 1° dicembre 2018 a Bologna in F.I.C.O Eatly World

Il 30 novembre e il 1° dicembre 2018 torna a Bologna in F.I.C.O. Eatly World l'appuntamento con il più grande evento di formazione sul marketing strategico: il **Philip Kotler Marketing Forum (PKMF)**. Il tema di questa edizione è il **Precision Marketing**, l'approccio di ultima generazione, che muovendo dall'analisi di dati specifici demarca con chiarezza l'identità del consumatore rendendo così possibile la costruzione di esperienze d'acquisto personalizzate e significative.

Due giorni di alta formazione sull'innovazione per il marketing strategico, che coinvolgeranno in questa IV edizione due grandi personalità del settore: il **Prof. Philip Kotler**, guru del marketing moderno, le cui teorie ispirano l'evoluzione del business da oltre 20 anni e **Martin Lindstrom**, padre fondatore del neuromarketing e acclamato brand futurist.

Ad aprire l'evento la mattina del **30 novembre** sarà proprio **Martin Lindstrom** parlando di "small data" le informazioni di dettaglio, che rivelando le emozioni e i desideri profondi del consumatore si qualificano come spie fondamentali per la costruzione di un autentico marketing user experience. La lectio magistralis del **Prof. Kotler**, in programma per la mattina del 1° dicembre, approfondirà invece il tema principe del **PKMF** illustrando le strategie e gli strumenti che il precision marketing utilizza per collegare con efficacia l'utente e il prodotto.

Nei pomeriggi si terranno i panel di approfondimento che, coinvolgendo premium marketing specialist e top brand di successo esploreranno l'efficacia del precision marketing rispetto a quattro ambiti driver della scena economica attuale: il TECH, la BLOCKCHAIN, il RETAIL e il FOOD.

La contaminazione tra marketing e digital transformation sarà il perno della round Table **MARKETING TECH** in programma nel pomeriggio del 30 novembre. Neuromarketing, intelligenza artificiale, machine learning, data analysis e realtà aumentata saranno le keywords di un'ampia riflessione sulle vie aperte dai nuovi strumenti digitali per entrare nella mente del consumatore e conoscerne le reazioni e i meccanismi segreti.

Nel solco di questa riflessione sulle innovazioni digitali, si prosegue con il panel **BLOCKCHAIN FOR MARKETING**. Il panel tratterà dell'approccio ai mercati digitali, dei nuovi concetti di transazione e valore, ma soprattutto delle implicazioni profonde e anti-sistemiche della nuova internet capace di scardinare il monopolio degli intermediari e creare identità affidabili in un protocollo aperto.

La riflessione sul futuro della shopping experience aprirà il pomeriggio del 1° dicembre con il panel **RETAIL MARKETING 4.0**. Concepito come un avvincente match tra i due paradigmi dominanti del retail: l'online e l'offline. Il panel rifletterà sulla possibilità di un upgrade ibrido in grado di integrare le potenzialità e superare le sfide dei due precedenti modelli.

A seguire la round table dedicata al **FOOD MARKETING** per esplorare le applicazioni del marketing di precisione all'interno del Food, dimostrando come il sapiente binomio tra sensorialità e marketing stia trasformando l'esperienza del consumatore diventando al contempo un importante vettore per l'evoluzione della Food Industry.

Tiziana Primori, Amministratore Delegato Eataly World; **Andrea Grassi**, Co-founder di Be srl ed Ekis srl; **Giuseppe Stigliano**, Executive Director Europe di AKQA; **Ivan Mazzoleni**, Business Digital Transformation & Digital Advisory Team Leader Microsoft; **Andrea Bariselli**, Co-founder & Scientific Director Thimus; **Carlo Rinaldi**, Director Marketing Innovation Clear Channel; **Roberto Tavano**, Markets Advisory PwC; **Laura Puricelli**, Director Retail & Consumer, PwC; **Sabina Addamiano**, consulente professionale di comunicazione e marketing e content strategist e docente di Marketing specialistico presso l'Università degli Studi di Roma Tre; **Mariangela Marseglia**, Country Manager Amazon.it & Amazon.es; **Oscar Farinetti**, Fondatore Eataly World e **Sara Roversi**, Co-founder di YouCanGroup e del Future Food Institute; sono solo alcune delle personalità coinvolte nel programma di questa IV preziosa edizione del PKMF.

“Il Philip Kotler Marketing Forum- afferma **Marco Raspati, Ceo di Nexo Corporation main partner del PKMF18**- si conferma come l'osservatorio privilegiato dei fenomeni che stanno modificando lo scenario attuale del marketing. Un luogo dove apprendere strategie inedite e confrontarsi con approcci rivoluzionari, un contesto di formazione esclusiva e di radicale innovazione. In particolare questa IV edizione- prosegue Raspati- è una tappa fondamentale del Forum poiché nasce sotto l'egida di una nuova entità: l'*Italian Marketing Foundation (IMF)*, Fondazione dedicata al marketing strategico voluta da Nexo Corporation e dal Prof. Kotler con l'intento di patrimonializzare l'attività svolta fino ad ora nelle passate edizioni. La Fondazione IMF è infatti vero owner del PKMF18 ed è un contenitore di eventi, attività e professionisti con l'obiettivo di connettere alle teorie del Prof. Kotler le eccellenze del marketing strategico italiano, per generare innovazione e cultura. Siamo infine molto orgogliosi anche della location esclusiva che ospita il PKMF18 **F.I.C.O. Eataly World** il parco agroalimentare più grande del mondo, fulgido esempio di marketing esperienziale, un luogo visionario, ma reale che traghetta i valori del “locale” sul piano “globale”.”