



CONTENTWARE SUMMIT

LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

IV[^] EDIZIONE

Main Content 2018

TouCh PoiNT

Punti di incontro e strategie
di content marketing.

30 ott 2018

spazio BASE



“

CONTENT MARKETING is the strategic marketing approach of creating and distributing valuable, relevant and consistent content to attract and acquire a clearly defined audience – with the objective of driving profitable customer action.

”

- CONTENT MARKETING INSTITUTE

Content Marketing

Cosa è e perché vale la pena valorizzarlo

01

Edizioni precedenti

2015, 2016 e 2017 in costante crescita

02

Contentware Summit 2018

4^a edizione - Main Content: Touch Point

03

Partner e Sponsor

Programma di sponsorizzazione

04

INDEX



CONTENTWARE SUMMIT
LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

30 ott 2018

spazio BASE

IV^a EDIZIONE

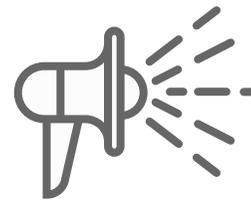
01

CoNTeNT MaRKeTiNG

“Il Content Marketing è un **insieme di tecniche e strategie di marketing** volte a creare e distribuire contenuti rilevanti e di valore per attrarre, acquisire e coinvolgere una target audience ben definita e circoscritta, con l'obiettivo di guidare l'utilizzatore a compiere azioni volte al raggiungimento di un obiettivo o all'aumento del profitto.



Il content marketing prevede la creazione e condivisione di media e contenuti editoriali al fine di acquisire clienti. Queste informazioni possono essere esposte in una varietà di tipologie, tra cui news, video, e-books, infografiche, guide, articoli, foto ecc.



Il content marketing crea interesse per un determinato prodotto o servizio e intrattiene il pubblico per attirare l'attenzione dell'utente finale. Considerato l'evoluzione dell'inbound marketing, il content marketing ha lo scopo di attrarre utenti tramite la creazione e diffusione di contenuti pertinenti e di valore.



Tali contenuti non devono per forza avere carattere pubblicitario, ma devono essere preferibilmente informativo e/o illustrativo. La battaglia dell'attenzione si vince con i contenuti, attraverso i quali raggiungere e stimolare l'interesse di potenziali. Senza attenzione, l'albero che cade in una foresta non produce suono.

“ IF A TREE FALLS IN A FOREST AND NO ONE IS AROUND TO HEAR IT. DOES IT MAKE SOUND?”

da “The Technology Part to Your Content Marketing Plan”
- Razorsocial.com

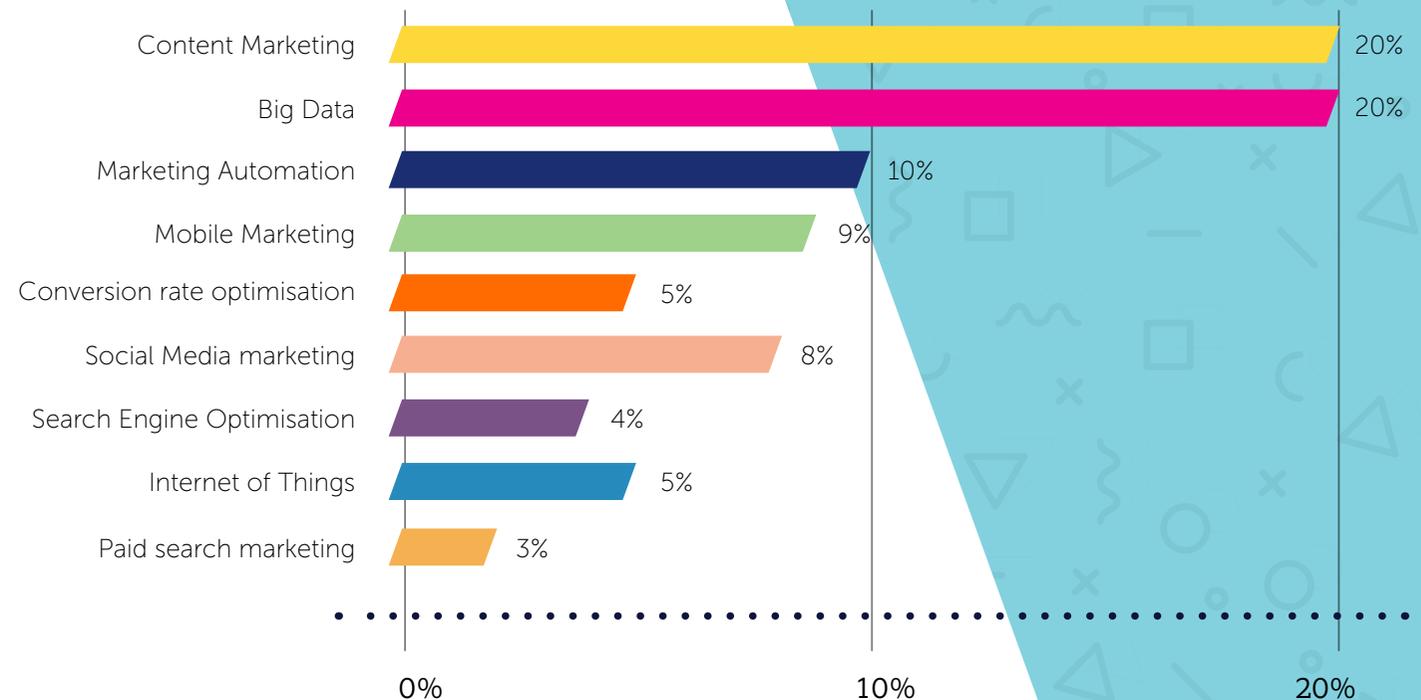


Anche nel 2017, il content marketing è stata la tecnica più utilizzata nelle attività di marketing e quella con maggiore successo sotto il punto di vista commerciale, come confermato dai dati estratti da SmartInsight.

Una collocazione ai vertici delle classifiche che confermano come una strategia di generazione di contenuti di valore attorno a un brand e ai suoi prodotti, sia un approccio vincente sul mercato, sia online che offline.

Creare contenuti per un brand significa proporre al proprio consumer un immaginario in cui riconoscersi e cui ispirarsi, un miglior servizio di comunicazione dei propri valori, un innalzamento della percezione dei prodotti, e anche un servizio informativo più funzionale, veloce e efficace.

Top rated marketing techniques 2017
Dati SmartInsights



Content Marketing

Cosa è e perché vale la pena valorizzarlo

02

Edizioni PREcedenti

2015, 2016 e 2017 in costante crescita

Content Marketing Summit è giunto alla sua **quarta edizione**, forte del successo di pubblico e di contenuti ottenute negli anni 2015, 2016 e 2017, in cui l'interesse sulle tematiche proposte è cresciuto di pari passo al numero di contatti, di iscritti e di partecipanti.

Una crescita di attenzione che conferma come proporre contenuti di valore sia fondamentale per catturare

l'attenzione del pubblico.

L'edizione 2017 del Summit, tenutasi l'**8 novembre**, ha registrato oltre **1200 iscritti**, e ha ospitato oltre **45 speaker** suddivisi in oltre **25 ore di attività**, con un focus sulla tematica dell'Omnichannel.

Un successo di pubblico confermato dai contatti ottenuti dal palco virtuale e dall'entrata degli hashtag proposti per l'evento, **#contentmktg** e



#contentware, tra i **trend topic di twitter**.

In aggiunta alle sessioni della mattina e del pomeriggio, nell'edizione 2017 è stato proposto il format **Content Entertainment**, un evento serale che ha visto la partecipazione di ospiti d'eccezione: **Dj Ringo, Giancarlo Cattaneo e Maurizio Rossato, Simona Midola, Lady Facchinetti, Sistiana, Fjona e Gianluca Gazzoli**.

i NuMeRi

Delle edizioni precedenti

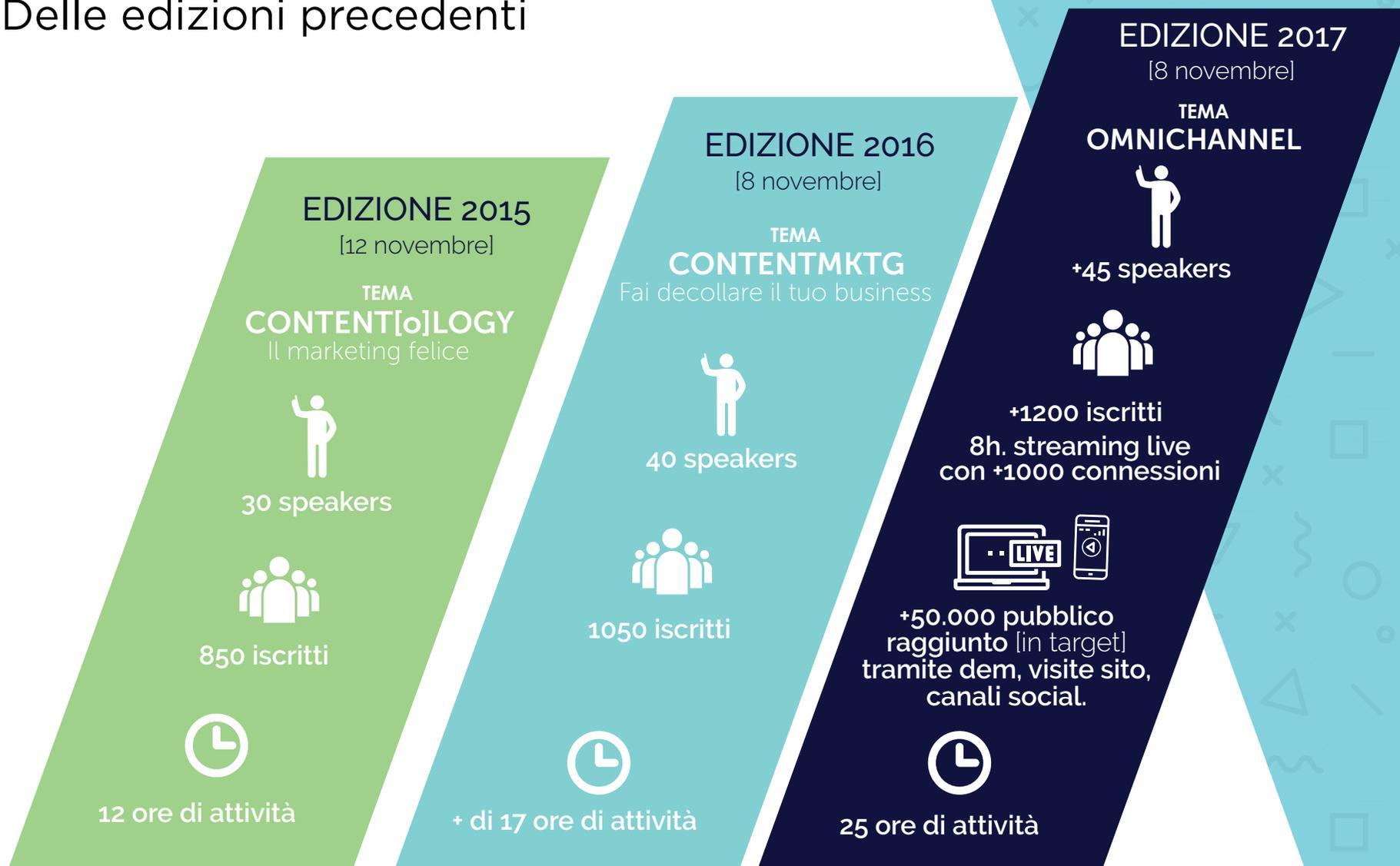


CONTENTWARE SUMMIT
LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

30 ott 2018

spazio BASE

IV[^] EDIZIONE



Le edizioni precedenti

I numeri delle edizioni 2015-2016-2017

iL Summit 2017

Istantanee dell'edizione precedente



RassEgna StaMpa

Edizione 2017 alcuni estratti



CONTENTWARE SUMMIT
LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

30 ott 2018

spazio BASE

IV[^] EDIZIONE

CORRIERE DELLA SERA
CORRIERE INNOVAZIONE / NEWS

NEWS EVENTI COLAZIONI DIGITALI INNOVAZIONE TV AGEVOLAZIONI E INCENTIVI

TOYOTA
START YOUR IMPOSSIBLE
©2018 TOYOTA MOTOR CORPORATION ALL RIGHTS RESERVED. SCOPRI DI PIÙ

IL SUMMIT

Le nuove frontiere del marketing Un palco (virtuale) pieno di Content

La gamification per creare relazioni strette con i clienti. Come si costruisce una community verticale. Video e app per fidelizzare i clienti. A Milano Youtubers, comunicatori e uomini d'azienda raccontano come la creatività si sposa con il business.

di Fabio Sottocornola

CONTENTWARE SUMMIT
LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

8 NOVEMBRE 2017
SPAZIO BASE, MILANO

Come riempire di contenuti un programma tv, oppure radiofonico o il proprio canale YouTube. Come organizzare un evento ricco di quei contenuti che lo ci voglio mettere. Qual è il segreto per inventare uno storytelling o il modo più efficace per pianificare iniziative promozionali a vantaggio di un prodotto o un brand. Insomma, il contenuto, prima di tutto.

Histonium .net

StartupItalia!

INVESTO
MAGAZINE

RADIO MONTE CARLO

CONTENTWARE SUMMIT
LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

PRENOTA IL TUO BIGLIETTO
SU CONTENTMARKETING.IT

Le edizioni precedenti

I numeri delle edizioni 2015-2016-2017

02

03

il SuMmit duEmiLa18

4[^] edizione

Main Content 2018

TouCh PoiNT

Punti di incontro e strategie
di content marketing.

30 ott 2018

spazio BASE



TeMi e kEYwoRd

Edizione 2018

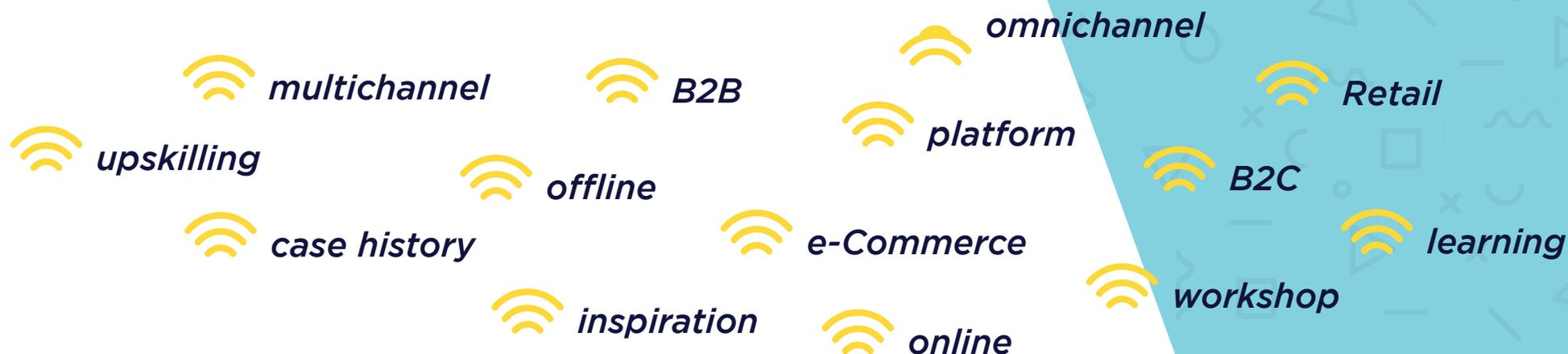


CONTENTWARE SUMMIT
LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

30 ott 2018

spazio BASE

IV^ EDIZIONE



Parlare di **Content Marketing** applicando i principi del **Content Marketing**.

Parlare di **Touch Point** proponendo **luoghi di contatto** tra le strategie offline e online, tra target diversi, tra digitale e analogico, reale e virtuale, luoghi fisici e virtuali.

Il tema principale della nuova edizione del Summit dedicato al content marketing è il **Touch Point**,

inteso come **punti di contatto e di incontro** di strategie, pubblico, voce, comunicazione.

Per questo abbiamo scelto di sviluppare argomenti trasversali che creino ponti tra le tematiche, e di predisporre **spazi di confronto, workshop e learning**, con l'obiettivo di attraversare e avvicinare le suddivisioni con cui comunemente analizziamo il mondo della

comunicazione moderna: offline e online, retail e e-commerce, B2B e B2C, non sono **segmentazioni** così distanti come immaginiamo.

I contenuti proposti saranno inoltre ordinati in tre gruppi fondamentali di tematiche: **inspiration, platform e case history**, tre categorie per definire l'argomento e la chiave di lettura dei temi trattati.

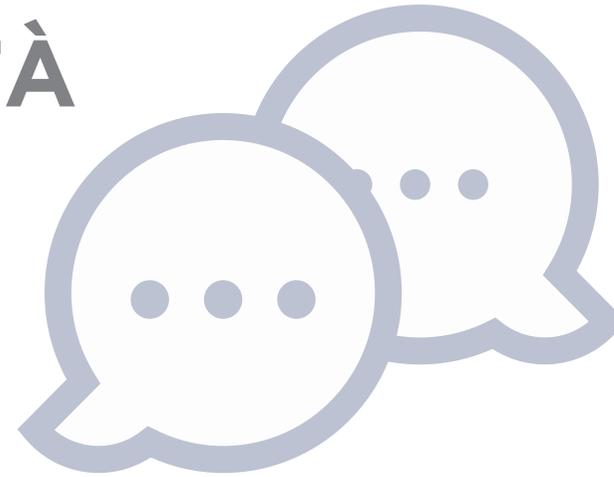
Contentware Summit 2018

4^ edizione - Main Content: Touch Point

+ iNterATTiviTÀ

+ pRAtiCa

Novità 2018



L'**edizione 2018** di Contentware, il Summit dedicato al content marketing, prevede alcune importanti novità nella formula dell'evento.

+ INTERATTIVITÀ

Le sessioni di speech proporranno una maggiore interattività al pubblico, consentendo tramite un'**applicazione** di proporre **domande live**, chiedere informazioni, e esprimere un giudizio

sullo speech. Tramite questo sistema di comunicazione live, il pubblico potrà anche consentire allo speaker di avere un **prolungamento** del suo intervento, dimostrando il proprio apprezzamento per i temi trattati.

+ PRATICA

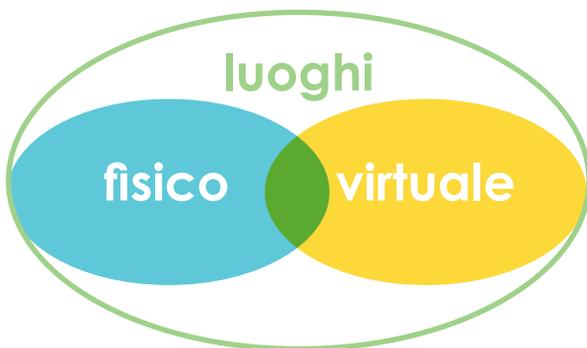
A fianco delle sessioni di speech, verrà riservato un maggiore spazio all'**attività pratica**, cui verrà dedicato

uno spazio learning in cui gli speaker saranno chiamati a tenere **workshop** con attività pratiche per mostrare l'applicazione dei principi contenuti proposti durante gli speech. Prenderà vita un sistema di avvicinamento **domanda-offerta-formazione** che metterà a contatto diretto, **one-to-one**, gli speaker e il pubblico.

TouCh PoiNT

Creare e valorizzare luoghi di incontro

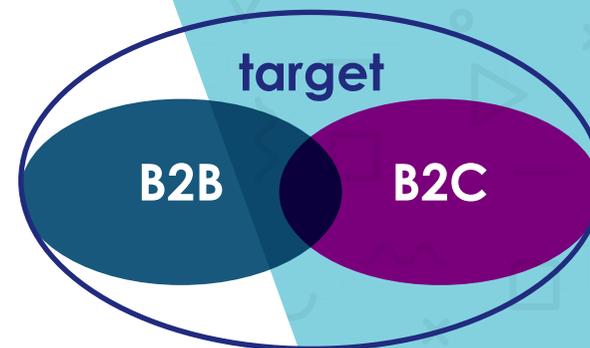
Tematica proposta per l'edizione 2018 del Summit dedicato al **Content Marketing**, è la creazione e valorizzazione di **luoghi di incontro** tra...



Siamo quotidianamente presenti nel **mondo fisico** e al contempo viviamo nella rete, **identità virtuale**, costruendo business ed investendo denaro. Ogni giorno infatti siamo clienti in negozio e al contempo compratori online, andando alla ricerca "del prezzo giusto" o ammagliati dall'acquisto convulsivo a portata di click delle APP.



La comunicazione tradizionale **offline**, e il mondo della comunicazione **online** le che è influenzato da continue innovazioni, sono due luoghi che hanno bisogno di una **strategia comune**, per questo è necessario tracciare un luogo di incontro con il fine di trasmettere un messaggio efficace.



Business to Business e **Business to consumers**, due **target differenti**, due finalità, due modi di vivere le strategie commerciali? Ma a livello di comunicazione questa suddivisione è ancora valida o dovremmo iniziare a pensare a un punto comune, come una strategia **Human to Human**?

Contentware Summit 2018

4[^] edizione - Main Content: Touch Point



LoCaTioN

SPAZIO BASE MILANO

Spazio Base Milano è una location che si adatta al format dell'evento grazie agli spazi modulabili e agli **ambienti openspace** che costituiscono un fondamentale punto di confronto e di interscambio. Le ampie **sale**, la possibilità di **allestimento** e di **personalizzazione**, la presenza di una **zona ristoro**, fanno di Spazio Base il contenitore ideale del Summit.

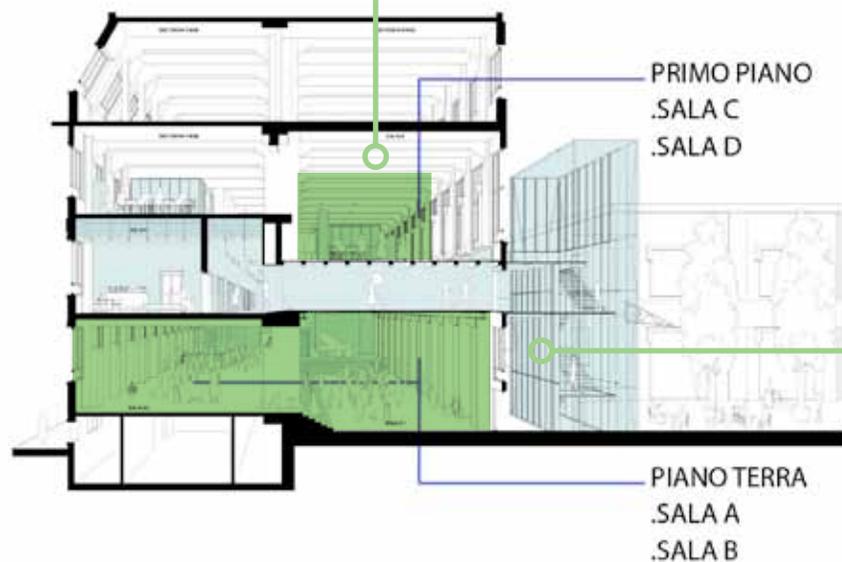
L'evento occuperà gli spazi della **Sala A e della Sala B**, consentendo libero accesso a tutti gli ambienti messi a disposizione, sia durante le sessioni di speech sia nei momenti di pausa,

BASE



destinati a prendere contatto con gli spazi predisposti all'esposizione e all'area di **co-working, networking** e **learning**.

Al primo piano si collocherà il **palco virtuale**, che ospiterà sessioni di speech con pubblico collegato tramite piattaforme di streaming.



SALA A

PALCO 1

BAR E ZONA
RISTORO

SALA B

PALCO 2

PALCO LEARNING

AREA CO-WORKING E NETWORKING

+ Di 2.000 mQ

Dedicati all'evento

SaLa A

Palco 1, Bar e Area ristoro



È la sala principale di Spazio BASE, in cui trova spazio il **Palco 1** e la **zona Bar**. Una sala multifunzionale di oltre 1.000 metri quadri con **reception di accoglienza** all'ingresso.

PALCO 1

Uno spazio ampio, pensato come openspace a platea, un palco basso, su più livelli, vicino al pubblico.

L'ambiente ideale per il Keynote introduttivo dell'evento e le plenarie durante a giornata che anticipa fisicamente il mood del Summit: contatto diretto tra pubblico e speaker, tra espositori e partecipanti.

BAR E ZONA RISTORO

Chi non ama parlare della propria passione davanti a un buon caffè?

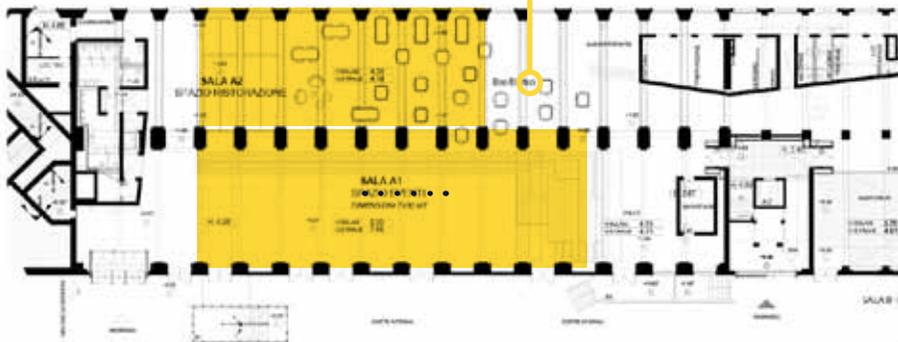
Lo spirito di condivisione e la dinamica friendly del Summit hanno bisogno di uno spazio libero a disposizione del pubblico. Una zona rilassante che susciti spontaneamente voglia di stringere nuove amicizie personali e professionali.



○ BAR
e Zona Ristoro



○ PALCO 1
190+70 posti



SaLa B

Palco 2, Palco Learning
Area Co-Working e
Networking



La Sala B è uno spazio modulabile, nel quale verranno allestiti il **Palco 2**, il **Palco Learning** l'**Area co-working e networking**.

Il **Palco 2** ospiterà le sessioni di speech organizzati con inizio scaglionato per consentire lo spostamento nelle sale tra un evento e l'altro. Il palco 2 sarà predisposto per ospitare circa 100 posti.

Una tra le novità di quest'anno è il **Palco Learning**, una sala di circa 120 posti dedicata all'apprendimento e alla pratica, con l'intervento di speaker degli incontri, che proporranno l'acquisizione di competenze pratiche. Laboratori e affiancamento, con l'idea di fornire al pubblico brevi pillole pratiche per cimentarsi con gli argomenti trattati durante gli speech.

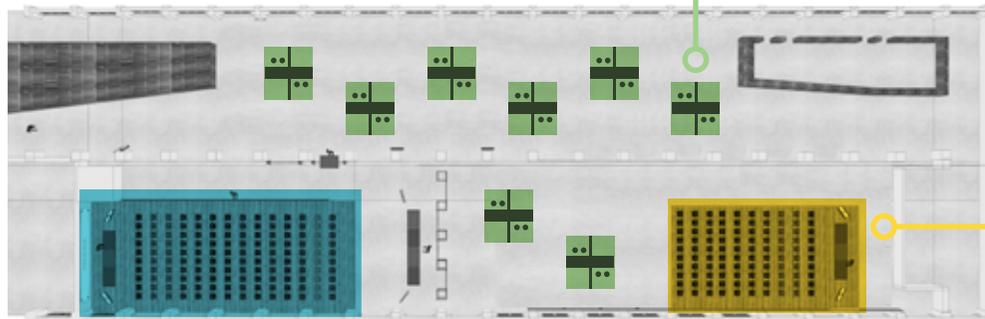
Area Co-working e networking

Un ampio spazio dedicato ai partner dell'evento, per mostrare le possibilità offerte dalle loro società ma al contempo un'area con l'obiettivo di agevolare e incentivare l'incontro tra domanda e offerta nell'ambito delle tecnologie e strategie di Content Marketing.



AREA CO-WORKING NETWORKING

Stand e postazioni co-working



PALCO 2

100 posti



PALCO LEARNING

120 posti



aGeNDa 2018

3 Palchi fisici + 1 virtuale

La nuova formula del Summit prevede un momento iniziale di condivisione e di apertura lavori con il **Keynote**, una parte centrale di incontri e di workshop con inizio scaglionato per permettere lo spostamento tra le sale al termine di ogni sessione, e due **sessioni plenarie** durante il pomeriggio, che simboleggiano i **luoghi di contatto** al centro delle tematiche di questa edizione.

Tanti contenuti da seguire in base ai propri interessi, costruendo un percorso personalizzato in relazione ai propri interessi.

Agenda

09:00 - 17:30	Accredito Scegli tu quando arrivare, quanto stare e quali interventi seguire.
09:30 - 10:00	Keynote - Palco 1
10:00 - 10:15	Interventi istituzionali - Palco 1
10:30 - 13:00	Sessioni parallele mattutine - Palco 1, 2 e Palco Vitruale
13:00 - 13:45	Plenaria - Palco 1
13:45 - 17:15	Sessioni parallele pomeridiane - Palco 1, 2 e Palco Vitruale
17:15 - 18:00	Plenaria di chiusura - Palco 1

09:00 - 18:00	Area Co-Working e Networking aperta al pubblico
---------------	--



Le sessioni parallele avranno inizio alle ore 10:30 con **inizio scaglionato di 15 minuti** tra il Palco 1 e il Palco 2. Dall'apertura lavori il Palco Virtuale trasmetterà in **live streaming** le plenarie oltre alle sessioni dedicate mentre il **Palco learning** inizierà alle ore 11.00 per ospitare i laboratori di formazione.

Agenda	PALCO 1	PALCO 2	LEARNING
Keynote	09:30 - 10:00	-	-
Interventi Istituzionali	10:00 - 10:15	-	-
Sessione 1	10:30 - 11:30	10:45 - 11:45	11:00 - 11:50
Sessione 2	11:30 - 12:30	11:45 - 12:45	12:00 - 12:50
Sessione Plenaria	13:00 - 13:45	-	13:00 - 13:50
Sessione 3	14:00 - 15:00	14:15 - 15:15	14:00 - 14:50
Sessione 4	15:00 - 16:00	15:15 - 16:15	15:00 - 15:50
Sessione 5	16:00 - 17:00	16:15 - 17:15	16:00 - 16:50
Sessione Plenaria	17:15 - 18:00	-	17:00 - 17:50

PaLco ViRTuaLe

100% Live, 100% Streaming

In uno degli spazi di **House 264 - The place for Tubers**, collocato al primo piano, sarà allestito il Palco Virtuale, dedicato a ospitare sessioni di speech in streaming, senza pubblico in sala.

Una formula moderna di fruizione. Facile, totalmente libera, interattiva, **100% live e 100% streaming**, che si propone di raggiungere un **pubblico digitale** interessato alle tematiche

proposte dal Summit, abbattendo i confini fisici dello spazio.

Il palco virtuale assume un particolare valore simbolico di **touch point** poiché è a tutti gli effetti il **punto di contatto** del Summit con un pubblico fisicamente distante.

Il Palco Virtuale proporrà contenuti suddivisi in **format**. Una ricca programmazione dedicata alle

professioni, ai libri e ai percorsi di formazione verso le strategie di content marketing e sessioni dedicate ai temi dell'evento.

Inoltre, sul Palco Virtuale verranno trasmesse le plenarie che si svolgeranno sul Palco 1.



Agenda

PALCO VIRTUALE

Keynote	09:30 - 10:00
Interventi Istituzionali	10:00 - 10:15
Sessione 1 <i>Le Professioni</i>	10:15 - 10:30
Sessione 2 - PA e III settore <i>Ispiration, Platform, Case History</i>	10:30 - 11:30
Sessione 3 - B2B <i>Ispiration, Platform, Case History</i>	11:30 - 12:30
Sessione 4 <i>Libri</i>	12:30 - 13:00
Sessione Plenaria	13:00 - 13:45
Sessione 5 <i>Le Professioni</i>	13:45 - 14:00
Sessione 6 - B2C <i>Ispiration, Platform, Case History</i>	14:00 - 15:00
Sessione 7 <i>Libri</i>	15:00 - 16:00
Sessione 8 - Retail <i>Ispiration, Platform, Case History</i>	16:00 - 17:00
Sessione 9 <i>Le Professioni</i>	17:00 - 17:15
Sessione Plenaria	17:15 - 18:00



CONTENTWARE SUMMIT
LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

30 ott 2018

spazio BASE

IV[^] EDIZIONE

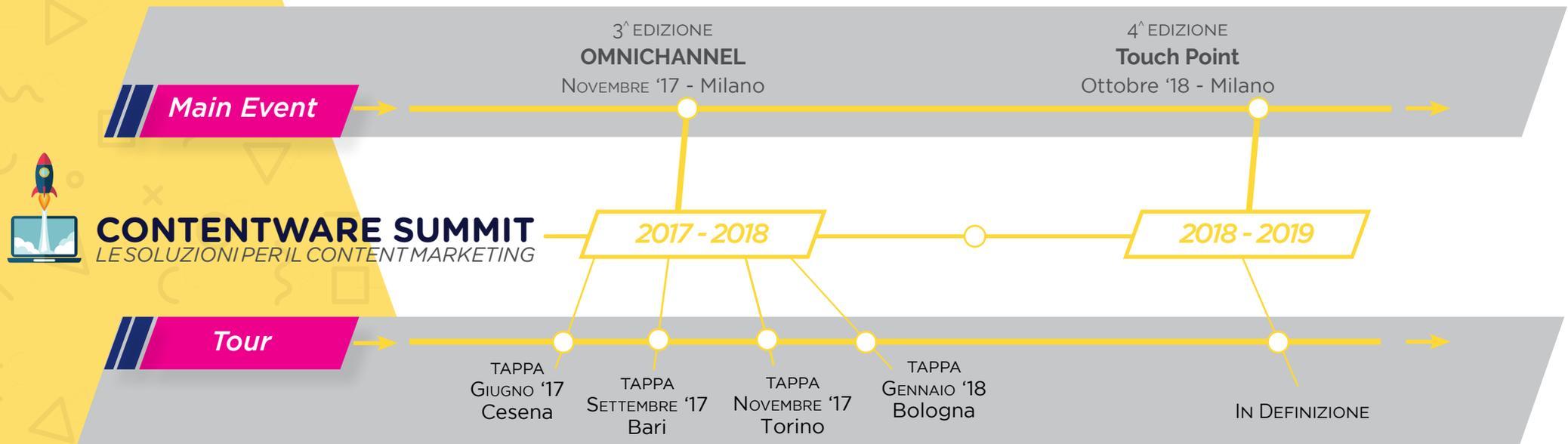
Contentware Summit 2018

4[^] edizione - Main Content: Touch Point

03

iL Summit in TouR

Un evento itinerante, omniwhere



Il **Content Marketing Summit** non è un evento annuale singolo, ma un **format itinerante**, capace di toccare le città attraverso la penisola. Le tematiche affrontate nell'evento autunnale divengono argomento itinerante dell'**anno successivo**. Con questa formula, sarà possibile

esportare il Summit **Touch Point** 2018 in altre città italiane nel corso della primavera e **estate 2019**, focalizzando la propria attenzione alla declinazione dei contenuti in relazione alla situazione commerciale e occupazionale del territorio. Altro obiettivo del tour consiste nella

valorizzazione del rapporto **retail e ecommerce** sia nel mondo **Business-to-Business** e in quello **Business-to-consumers**.

In questo modo sarà possibile proporre contenuti di alto interesse nelle aree manifatturiere così come in un distretto turistico.



GRaZie a

ProGeTtaZione E OrGaNizzAzione EveNTo

MASHUB

Open Innovation in Digital Communication, Mashub esplora un modello di innovazione attraverso il quale le imprese, per creare più valore e competere meglio sul mercato, attingono a strumenti e competenze provenienti da startup, università, istituti di ricerca, fornitori, inventori, consulenti, e da tutto il mondo esterno.

MaiN ParTner



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

ParTner



promofacile
GADGET, CON NOI È FACILE!



CONTENTWARE SUMMIT

LE SOLUZIONI PER IL CONTENT MARKETING

30 ott 2018

spazio BASE

IV[^] EDIZIONE

CoNtaTTaCi

Per saperne di più



Project Leader

Stefano Saladino

info@stefanosaladino.it

Account Manager

Patrizia Caridi

patrizia.c@investomagazine.com



PR & Communication Manager

Francesca Anzalone

patrizia.c@investomagazine.com

Event Content Manager

Elisabetta Saorin

elisabetta@eswm.it