

TRAINING COURSE

LIVE STREAMING

Data Driven Retail & CRM

Seconda edizione

22 marzo 2022

09:30 - 18:00



Introduzione

Oggi l'analisi dei dati rappresenta uno dei principali pilastri strategici di business per le aziende. Molte realtà hanno compreso l'importanza di estrarre preziosi insight dai dati, ma non sono ancora in grado di sfruttarli al meglio per creare una **strategia realmente distintiva**.

Il Training Course ha l'obiettivo di trasmettere le conoscenze necessarie per monitorare e analizzare i dati raccolti al fine di **costruire una strategia Data Driven incisiva e impattante**, in grado di diventare un elemento di vantaggio competitivo per le aziende e che abbia effetti positivi sulla Shopping Experience del consumatore.

Durante il corso, sarà dato anche spazio all'importanza del **CRM**, alla sua corretta gestione e organizzazione, ma anche alla raccolta e tutela dei dati dal punto di vista legale.

Argomenti

- Perché costruire una **strategia Data Driven**
- **Monitorare e analizzare i dati**: principali insight e KPI
- Utilizzare i dati per implementare **la Shopping Journey** e migliorare la **Shopping Experience**
- Le **potenzialità delle tecnologie** di Artificial Intelligence (AI), deep learning e machine learning
- L'importanza di una **corretta gestione** e organizzazione del **CRM**
- Tutela dei dati dal **punto di vista legale** e data governance
- Analisi di case study rappresentative

Obiettivi

- Perché creare una **strategia guidata dai dati**: i benefici per il retailer e il consumatore
- Assimilare gli **strumenti a disposizione** per costruire una strategia Data Driven
- Sfruttare a proprio vantaggio le potenzialità offerte dalle **nuove tecnologie**
- Comprendere l'**importanza del CRM**: potenzialità e corretta gestione

Target

Il corso si rivolge a figure professionali quali Innovation Manager, Digital Retail Manager, Digital Marketing Manager, E-commerce Manager, Retail Manager, Data Analyst, CRM Manager, Senior Account, Sales Manager, esperti provenienti da aziende Retail Food & Non Food, oltre che Brand company, fornitori di servizi e agenzie.

Modalità didattica

Il Training Course si svolgerà interamente online tramite la piattaforma Zoom il **22 marzo 2022**, dalle ore **9.30** alle ore **18.00** (con pausa dalle 13.00 alle 14.30). I contenuti teorici saranno supportati da esercitazioni pratiche, oltre che momenti di confronto e interazione tra partecipanti.

Pricing

Per i [soci](#) Retail Institute Italy il Training Course ha un costo di **250 € (+ IVA)**.

Per i non soci la partecipazione ha un costo pari a **500 € (+ IVA)**.

Per i non soci è previsto **uno speciale Early Bird: 400 € (+ IVA)** per iscrizioni effettuate entro il **22 febbraio 2022**.

Il corso è parte del pacchetto **Digital & Omnichannel**, tramite cui è possibile partecipare a tre Training Course* al prezzo di due. Per soci il prezzo del pacchetto è pari a **500 euro + iva**, per i non soci **1.000 euro + iva**.

*La partecipazione è valida per la singola persona

Gli **altri corsi parte** del pacchetto Digital & Omnichannel:

- **Phygital Customer Journey: instore, online, at home** – 4 marzo 2022
- **Dal Proximity Marketing al Drive to store: strategie per il retail** – 24 giugno 2022

Docente: Michele Caruso

Head of Data & CX Director, Wunderman Thompson Italy

Biografia

Nel suo ruolo di Head of Data & CX Director in **Wunderman Thompson**, Michele Caruso ha l'affascinante sfida di coniugare insieme Business, Dati, Tecnologie di AI e Marketing Automation, e Service Design per raggiungere l'eccellenza sul mercato e cavalcare l'onda dell'innovazione nel mondo del Marketing e del Customer Experience Management.

Dopo una Laurea Magistrale in Ingegneria Gestionale all'**Università "Sapienza"** di Roma, ne ottiene una seconda Summa cum Laude in **Innovation Management** a Parigi per mezzo di una esclusiva borsa di studio. Inizia quindi la sua carriera in consulenza manageriale tra **Accenture** ed **Ernst & Young**. Già a 27 anni è a capo del dipartimento di Digital Intelligence in **DOING** (agenzia digitale parte di Capgemini) fondato ex novo da lui, lavorando tra Milano e l'estero su tematiche legate all'Intelligenza Artificiale applicata alle strategie di marketing e di comunicazione. È membro dell'**Association du Droit des Robots** di Parigi che disciplina i rapporti tra uomo e macchina per l'Unione Europea. Nel 2018 ha concluso un Executive Program Master sull'Intelligenza artificiale applicata al Business presso il **MIT (Massachusetts Institute of Technology)** negli USA).

Ha collaborato a diverse opere e pubblicazioni riguardanti le strategie di Marketing e di Business. Giornalista pubblicista, vanta anche alcune opere di stampo narrativo e poetico. È stato il più giovane membro Senior della **Società Italiana Marketing** e collabora con diverse Università e Business School, tra le quali una recente collaborazione con la **LIUC** con la cattedra in "A.I. e Marketing Strategy". Ha contribuito tra il 2013 ed il 2016 ai lavori per la moratoria di diritto della pena di morte in Guinea-Conakry (Africa), ottenuta nel luglio 2016. Nel 2020, ha contribuito alla stesura del libro "Marketing Digitale. Paradigmi e Strumenti", edito FrancoAngeli.



CONTATTI

Per maggiori informazioni sulle modalità di partecipazione:

formazione@retailinstitute.it

Retail Institute Italy

Foro Bonaparte,12
20211 Milano

www.retailinstitute.it

