



## EXECUTIVE MASTER IN DIGITAL SALES

ADICO organizza 10 giornate di studio per imparare ad utilizzare le più innovative strategie web per creare, lanciare e vendere prodotti e servizi in ogni settore grazie alle innovazioni del digital e per acquisire una nuova figura professionale: "DIGITAL MARKETING & SALES".

L'Executive Master in Digital Sales si sviluppa su 5 moduli di 2 giornate ciascuna.

L'Executive Master in Digital Sales si pone l'obiettivo di fornire strumenti concettuali e pratici per portare in azienda nuove idee, tecniche e metodi per incrementare velocemente i risultati di vendita sfruttando le opportunità offerte da internet, mobile e digital.

I partecipanti, al termine del percorso, avranno acquisito una visione d'insieme del mercato digital, una panoramica delle attuali strategie in essere, da parte dei principali attori internazionali, e un metodo pratico per implementare tali best practice in Azienda come DIGITAL MARKETING & SALES.

### MODALITA'

L'Executive Master in Digital Sales alternerà sessioni di aula a sessioni di "apprendimento attivo" e laboratori per facilitare la messa in pratica immediata di quanto appreso.

### A CHI E' RIVOLTO L'ADICO EXECUTIVE MASTER IN DIGITAL SALES

L'Executive Master in Digital Sales si rivolge a Manager e Imprenditori dei settori commerciali ed industriali, e a Consulenti di impresa, interessati ad acquisire le competenze per sfruttare al meglio le opportunità che il web e il digitale offrono alle Aziende per migliorare i risultati commerciali delle imprese.

## QUAL È L'OBIETTIVO CONCRETO DEL MASTER?

L'obiettivo concreto del percorso è fornire ai partecipanti le conoscenze necessarie per avere una panoramica dello stato dell'arte e "riconoscere" le strategie applicate dai diversi player online per formulare un proprio modello strategico per integrare tutte le opportunità digitali nel marketing e nelle vendite aziendali:

Digital branding | Inbound Marketing e Lead Generation | Lead nurturing e social CRM | Digital export marketing

Sede del master presso:

**ADICO - Via Cornalia, 19, Milano**

Ideatore del master **Cosimo Panetta** | Coordinatrice del master **Mariuccia Mauri**

Per maggiori informazioni potete contattare la segreteria ADICO allo 026704080 o all'indirizzo [info@adico.it](mailto:info@adico.it)



ADICO è l'associazione Italiana per la Direzione Commerciale Vendite e Marketing nata nel 1964. Associazione moderna, innovativa con una visione sul futuro e un grande impegno a creare e sviluppare networking tra gli associati. ADICO riunisce dal 1964 Direttori Commerciali, Vendite, Marketing Manager, Area Manager, consulenti e Imprenditori di Aziende italiane che insieme condividono i valori della crescita professionale fondamento per lo sviluppo e la crescita delle Aziende in cui operano. L'associazione offre aggiornamento professionale, percorsi formativi e informativi con condizioni privilegiate per i Soci. Una realtà sempre giovane che utilizza tutti gli strumenti più moderni per soddisfare le richieste di un management sempre in prima linea.

026704080 | [info@adico.it](mailto:info@adico.it) | [www.adico.it](http://www.adico.it)  
Via Cornalia, 19 | 20124, Milano (MI)

# EXECUTIVE MASTER IN DIGITAL SALES

Le più innovative strategie  
per creare, lanciare e vendere  
prodotti e servizi grazie al Digital



## Il Master può essere interamente finanziato dai fondi interprofessionali

### 1° MODULO 16-17 MAGGIO 2016

#### L'INNOVAZIONE COME VALORE AZIENDALE SALES & MARKETING INNOVATION FOUNDATION

- Comprendere cosa rappresenta davvero innovazione e cosa invece solo "miglioramento" delle condizioni operative o di prodotto esistenti
- Imparare a creare all'interno di una azienda o di un team una "cultura dell'innovazione" che permetta di intercettare le "idee" del mercato oltre che le proprie per velocizzare la capacità della azienda nel rispondere alle sfide dei mercati.



#### COSIMO PANETTA

THE DOERS

Imprenditore seriale e manager di imprese ad alto contenuto tecnologico, esperto di Disruptive Innovation, ha insegnato a più di 1000 manager ed imprenditori come gestire in modo strategico l'innovazione. Ha lavorato come imprenditore, manager e business developer in molte piccole e grandi aziende, per anni. Ha messo insieme le opere di Steve Blank, Eric Ries, Ash Maurya, Croll & Moskovits, Gothelf & Seiden ... e tutti gli interpreti e gli analisti del Lean Startup per scoprire che stavano studiando e combinando una meravigliosa quantità di dati ed esperienze come la sia in un metodo imprenditoriale solido, un percorso disciplinato, che può essere condotto con un approccio sperimentale rigoroso, con l'obiettivo finale di dare alla luce e la ricchezza di una nuova generazione di imprese, persone, servizi, comunità.

### 2° MODULO 23-24 MAGGIO 2016

#### MERCATI E CLIENTI IPER-CONNESSI

GESTIRE LA DIGITAL TRANSFORMATION: USARE LE NUOVE TECNOLOGIE PER CREARE NUOVI PRODOTTI E TROVARE NUOVI CLIENTI

- Imparare a riconoscere i fenomeni "distruttivi" che il digitale porta all'interno dei settori tradizionali e i mutamenti nelle abitudini dei clienti B2B e B2C.
- Rendere i propri team di marketing e di vendita equipaggiate delle conoscenze e competenze per diventare attori attivi dell'innovazione digitale e punto di riferimento per il proprio settore.



#### ALBERTO GIUSTI

GUANXI

Alberto Giusti dopo il conseguimento della laurea in Ingegneria Gestionale al Politecnico di Torino ha iniziato la carriera occupandosi di progetti in ambito digital nel mondo della finanza. E' stato relatore esterno in più di 90 tesi di laurea nelle principali università italiane con le quali collabora per formazione su temi di digital strategy e crowdfunding. Ha fondato e gestito alcune internet company in Italia, Inghilterra e Svizzera e si è occupato di consulenza strategica e formazione in ambito digital. Attualmente collabora con società profit e organizzazioni non profit italiane e estere occupandosi di business modelling online e piani strategici di sviluppo digital continuando in parallelo l'attività di business angel in startup (Digital strategy, Internet of Things, additive manufacturing, digital games, crowdfunding). Dal 2011 si è occupato del tema del crowdfunding collaborando con società internazionali e ha lanciato e gestito su Kickstarter progetti crowdfunded con successo in ambito games.

### 3° MODULO 7-8 GIUGNO 2016

#### LE NUOVE REGOLE DELL'INNOVAZIONE IL MODELLO DELLA OPEN INNOVATION COME STRUMENTO DI INNOVAZIONE AZIENDALE

- Approfondire le best practice internazionali legate alla innovazione come il modello della Open Innovation.
- Comprendere e imparare a progettare progetti di innovazione strutturale e disruptive facendo leva non solo sulle abilità e talenti interni della azienda ma su tutti gli attori e i componenti della filiera del proprio settore e di quelli affini.
- Superare il modello del R&D tradizionale (ricerca e sviluppo) per creare un metodo nuovo di intercettare, internalizzare e lanciare innovazione.



#### ENRICO CATTANEO

THE DOERS

Laureato in Ingegneria Aerospaziale al Politecnico di Torino nel 1995, inizia la sua carriera professionale in aziende ad alto contenuto tecnologico nei settori aeronautico e automotive. L'interesse per l'innovazione lo porta a intraprendere la strada della consulenza strategica dove ha modo di gestire importanti progetti in svariati settori, quali ad esempio le utilities, l'automotive, le telecomunicazioni, l'aeronautica. Con un MBA all'ESCP Europe di Parigi, dove oggi insegna, e un Dottorato di Ricerca presso la Facoltà di Economia e Commercio di Torino, si occupa di innovazione come docente, consulente e business angel. E' responsabile dell'area Innovazione di una fondazione di ricerca privata e socio del club degli investitori dal 2008.

### 4° MODULO 14-15 GIUGNO 2016

#### I NUOVI BUSINESS MODEL DELL'ERA DIGITALE PERCHE' SU INTERNET E' TUTTO GRATIS, TUTTO CONDIVISO E A NESSUNO IMPORTA NULLA, E COME PUOI APPROFITTARNE

Analizzare i modelli di business digitali adottati dai giganti di internet e dalle startup per capire quali di questi trend possono essere portati nei settori tradizionali, sia B2B che B2C per diventare un attore innovativo del proprio settore, ed aprire nuovi mercati o nuovi segmenti grazie ad elementi "rivoluzionari" di offerta



#### MARCO FONTEBASSO

42 ACCELERATOR

Esperto in strategie digitali, CEO di start-up internet con esperienze in: finanza, management, e-business, sviluppo di business model, fund raising e raccolta investimenti per start-up. E' un imprenditore di internet sin dal 2005, è stato Presidente (e co-fondatore) di NOMESIA, una società che fornisce servizi di lead generation via web (generazione di contatti commerciali profilati) alle PMI finanziata da un gruppo di business angel del gruppo IAG. Nelle sue esperienze precedenti è stato Business Development Manager di ALTAVISTA (il 1° motore di ricerca nato in USA, attualmente confluito in Yahoo) e poi Responsabile Servizi di Advertising di SEMS (una delle prime società SEO/SEM in Italia, fondata da Marco Loguercio e ora parte di Fullsix con il nome FULLPLAN). Nel 2007 ha pubblicato con Tecniche Nuove la guida "Come si fa a promuovere con Google", di cui è poi uscita una seconda edizione nel Giugno 2010.

### 5° MODULO 5-6 LUGLIO 2016

#### LE NUOVE VENDITE NELL'ERA DIGITALE COME GESTIRE IL CAMBIAMENTO E SFRUTTARE LE POTENZIALITA' DI INTERNET

- Come utilizzare al meglio Internet per le aziende e farlo diventare un driver di crescita attraverso gli strumenti del web marketing come analytics (Google Analytics), Search Engine Marketing (Google Adwords) e CRM e Email marketing Automation.
- Creare un modello di Lead Generation automatica per alimentare costantemente la pipeline commerciale delle aziende sia B2B che B2C.



#### MASSIMO CALABRESE

GUANXI

Digital Consultant e Business development partner in Guanxi, società di consulenza strategica in ambito digital. Coordina progetti di Digital Marketing, Web Strategy, Marketing Automation, Crowdfunding Reward Based. In particolare si specializza nella definizione di metodologie, processi e sistemi di lead management, sales management e customer relationship management. Certificato Google Partner ed esperto in Keyword advertising e Digital analytics.