

Ore 14,30

Registrazione partecipanti

Ore 15

Apertura dei lavori

Ore 15,15

"Fare Marketing nelle aziende industriali"

Relatore Alessandro Lelli

Professore del Corso "Marketing Business to Business" Università di Bologna - Facoltà di Economia

Ore 15,40

"L'evoluzione del campionario per soddisfare le diverse esigenze del cliente"

Relatore Anna Sartorato

Responsabile Marketing Berto EG Industria Tessile S.p.A.

Ore 16,00

"La condivisione di obiettivi comuni con la rete distributiva"

Relatore Daniele Lippi

Direttore Marketing Datasensor S.p.A.



con il patrocinio di AlmaCube



è lieta di invitarla al

CONVEGNO

"L'orientamento al mercato nel mondo industriale:

il Marketing Business to Business"

Moderatore

Daniele Rimini

Consulente di Direzione

Docente Università di Rimini – Facoltà di Economia

23 Maggio 2007

Ore 14.30

Savoia Hotel Country House,

Via San Donato, 159/161 Bologna

Ore 16,20

"La valorizzazione del prodotto attraverso la relazione con il cliente"

Relatore Stefano Cordella

Responsabile Marketing Soilmec S.p.A.

Ore 16,40

"La strategia di web marketing al servizio di un mercato complesso e di una clientela altamente diversificata"

Relatore Cinzia Gennarelli

Web Marketing Manager Sacmi Imola

Ore 17,00

"Marketing Business to Business: l'approccio ai servizi a valore aggiunto"

Relatore Mario Simongini

Communication & Services Marketing Manager Gilbarco S.p.A.

Ore 17,20

Dibattito

Ore 18

Chiusura dei lavori e rinfresco

IL MARKETING BUSINESS TO BUSINESS

Le tematiche affrontate durante il convegno fanno riferimento a quelle situazioni di mercato in cui i clienti sono organizzazioni che acquistano prodotti e servizi per svolgere le attività relative al proprio business. Sono proprio le esigenze e i comportamenti dei clienti industriali o istituzionali a contraddistinguere il Marketing del Business to Business oltre alla natura "industriale" dei prodotti oggetto dello scambio.

E' negli ultimi tempi, a causa dello spostamento delle priorità dalla produzione al mercato, del fenomeno della globalizzazione, della riduzione dei tempi di decisione, delle nuove tecnologie dell'informazione, che questa disciplina ha assunto un ruolo sempre più importante nella gestione dei rapporti tra imprese e costituisce un elemento strategico per lo sviluppo dei business dell'impresa.

Infatti un'efficace pianificazione di marketing oltre ad assicurare i vantaggi competitivi legati al time to market, fornisce alle aziende industriali gli strumenti necessari per confrontarsi con mercati sempre più competitivi e globali. Infine, si è accentuata l'esigenza di formulare al cliente una "value proposition" chiara ed efficace, che mostri vantaggi di riduzione di costi o di miglioramento dei ricavi e viene confermata la validità del tradizionale approccio relazionale.

Il presente convegno è finalizzato a sensibilizzare le aziende industriali e i responsabili funzionali in merito all'importanza del marketing come raccordo tra il mercato e lo sviluppo prodotto attraverso un'efficace pianificazione che fornisca gli strumenti necessari per confrontarsi con mercati sempre più competitivi e globali.

ALCUNE INFORMAZIONI SULLE SOCIETA' RAPPRESENTATE DAI RELATORI

Berto EG Industria Tessile S.p.A.

Società presente sul mercato della tessitura da oltre 100 anni. Partendo dal cotone sodo, fino ad arrivare al tessuto finito, l'offerta è composta principalmente da tessuti 100% cotone, multitwist, ritorti, stretch, con fibre sintetiche e naturali. Con una capacità media di 13 milioni di metri l'anno è uno dei competitor di riferimento sul mercato globale del denim.

Datasensor S.p.A.

Società italiana leader nella progettazione, produzione e vendita di sensori e dispositivi fotoelettrici per la rilevazione, sicurezza, misura ed ispezione per l'automazione industriale. L'azienda è cresciuta adattando il prodotto alle necessità delle macchine automatiche e si è evoluta soddisfacendo le esigenze di componentistica per l'automazione nell'industria manifatturiera, le macchine per il confezionamento e l'imballaggio, la movimentazione automatica dei materiali.

Sacmi Imola

Società al vertice di un gruppo internazionale leader mondiale nella progettazione, produzione e commercializzazione di macchinari e impianti per l'industria ceramica, della plastica, del beverage & packaging e del food processing. L'innovazione tecnologica e la conoscenza sono il patrimonio di Sacmi, i segni distintivi della Cooperativa imolese sui mercati internazionali, nei diversi settori in cui opera.

Soilmec S.p.A.

Società del Gruppo TREVI che opera nel settore dell'ingegneria del sottosuolo. Fondata nel 1969 è oggi specializzata nella progettazione, produzione e servizi per l'ingegneria delle fondazioni. Distribuisce le sue attrezzature in tutto il mondo, con una presenza in più di 70 paesi, supportata da una rete di società controllate, uffici di rappresentanza ed agenti.

Gilbarco S.p.A.

Società fornitrice di soluzioni d'automazione nel settore della distribuzione del carburante. La sua principale area d'affari è quella delle stazioni di servizio per le quali realizza dispositivi per il rifornimento di carburante, il pagamento automatico con carte plastiche e banconote, la gestione integrata delle vendite petrolifere, la trasmissione ed elaborazione dati e la sicurezza ambientale.

*La partecipazione è gratuita.
Le iscrizioni dovranno pervenire entro e non oltre il 21 maggio 2007,
esclusivamente via e-mail, all'indirizzo mail@pdfor.it
indicando nome, cognome, azienda, ruolo e numero telefonico del partecipante.*