



The Executive Network



FIERA MILANO
MEDIA

Fiera Milano Media S.p.A.
Divisione Business International
Sede Legale
Piazzale Carlo Magno, 1
20149 Milano, Italy

Sede Operativa
Piazza della Repubblica, 59
00185 Roma, Italy
Tel +39 06.845411
Fax +39 06.85301046

Sede Amministrativa
S.S. del Sempione, 28
20017 Rho (Milano), Italy
Tel +39 02.4997.1
Fax +39 02.4997.6573

Dati societari
Capitale sociale Euro 2.803.300,00 i.v.
Registro Imprese, C.F. e P.I. 08067990153
CCIAA 1201667 socio unico Fiera Milano SpA
Direzione e coordinamento Fiera Milano SpA

SMX MILAN 2013

AGENDA SMX 7 NOVEMBRE 2013 – Mi.Co

8.30 – 9.00 Breakfast & Registration

9.00 - 10.00 Conference welcome & keynote
Jim Sterne, Founder, Digital Analytics Association

h. 10.00 – 11.15 sessioni parallele

Social Media Marketing

Supercharging Reach & Engagement On Facebook & Twitter

Con oltre 1 miliardo di utenti, Facebook resta il più grande social media a livello mondiale; utilizzarlo nel modo giusto può far crescere in modo esponenziale visibilità e traffico sul proprio sito. Anche Twitter ha un analogo potenziale ma occorre molto più di 1 tweet di 140 caratteri per attirare e coinvolgere followers! In questa sessione approfondirai le strategie e le tattiche migliori per far crescere il traffico del tuo sito attraverso i social media e scoprirai le potenzialità offerte dal Mobile

Speakers:

Donatello Osti, Digital Media Strategist, U.S. Consulate General

Sara Rosso, VIP Global Services Manager, Automattic

Piero Tagliapietra, CEFRIEL

Search Engine Optimization

Don't Panic! A Hitchhiker's Guide To Surviving SEO Changes

La vita del SEO non è certo facile. Oltre ai più noti e recenti update come Panda o Penguin, Google dichiara che ogni anno realizza fino a 500 modifiche dei suoi algoritmi. Al di là delle modifiche algoritmiche, la personalizzazione conduce ogni volta a risultati diversi, alcune volte non del tutto "immediati". Voice driven queries, Quick Answer e Local Discovery stanno rivoluzionando il nostro modo di vedere il Search attraverso Mobile. In questa sessione scoprirete come restare al passo e "sopravvivere" nell'universo in costante evoluzione del Search Engine Optimization.

Speakers:

Greg Boser, President, BlueGlass Interactive

Martino Mosna, SEM & Web Analytics Specialist

Johannes Müller, Webmaster Trends Analyst, Google

Search Engine Advertising

Amazing Paid Search Tactics & Tools

Cosa c'è di nuovo in tema di Search Engine Advertising ? Cosa non va e cosa invece funziona ancora ? In questa sessione si approfondiranno le più recenti ed innovative campagne e case studies di Search Engine Advertising e si analizzeranno i punti di forza ma anche i punti di debolezza del Paid Search.

Speakers:

Brad Geddes, Founder, Market Motive

Andrew Goodman, Founder, Page Zero Media

Sebastian Grebasch, Global Head of SEA e Mobile Marketing, Zalando


11.15 – 11.45 Refreshment Break

h 11.45 – 13.00 sessioni parallele

Social Media Marketing

Customer Acquisition Through Social Media & Social Data

I social media, oltre a consentire di ascoltare ed interagire con i propri clienti e di costruire community, possono essere uno strumento efficace per creare lead ed incrementare le vendite sia online che offline. Saranno approfondite le strategie, le tattiche e le testimonianze e i case studies più innovativi su come acquisire Clienti attraverso Social media e Social Data.

Solution Spotligh by Tecla 

Speakers:

Justin Sanger, Founder & Ceo, Support Local

Valeria Severini, Ceo, Freedata Labs

Pietro Sansone, Partner, Strategy Director, LiveXtension

Search Engine Optimization

How To Build Links & Win Authority Through Public Relations

Molti search marketers riconoscono effettivamente una correlazione diretta tra SEO e public relations, ma pochi capiscono realmente come attivare ed utilizzare questa sinergia reciprocamente profittevole. Oltre ad "ottimizzare" press releases, come possiamo ad esempio raggiungere i key influencers (giornalisti, tweeters, celebrità) che vorremmo contattare ? Come fare delle public relations uno strumento per rafforzare e consolidare il posizionamento, il ruolo ed il "traffico" del proprio sito ? In questa sessione scopriremo un lato diverso del SEO, impegnato più nella ricerca della relazione con le persone che in quella degli algoritmi dei principali search engines.

Speakers:

Matteo Monari, Co-Founder e COO, BizUp

Samuel Scott, Direttore Digital Marketing and Communications e SEO Team Leader, The Cline Group

Chris Silver Smith, President, Argent Media

Search Engine Advertising

Fast And Easy SEA Analytics

L' "optimization" delle campagne di Search Engine Advertising è fondamentale, ma acquisire i dati necessari non è mai facile. Esistono numerose guide e report che contengono suggerimenti ed informazioni insostituibili per gli advertisers, il panel di speaker ed esperti di questa sessione vi dirà come acquisire questi dati e al tempo evitare la "paralisi da analisi" migliorando le performance delle vostre campagne di Search Engine Advertising.

Speakers:

Brad Geddes, Founder, Market Motive

Andrew Goodman, Founder, Page Zero Media

Plus Session



Google vs Facebook: Get the best from Search and Social Media to develop your E-Business

Google e Facebook sono acerrimi rivali o potenti alleati per lo sviluppo del business on-line? La sfida più avvincente del web si sta trasformando in una grande opportunità per le imprese che possono sfruttare la potenza specifica di entrambi i mezzi. Analizzeremo le possibilità offerte dalla Google Market Analysis; le strategie di saving massivo e l'ottimizzazione attraverso Facebook Ads e Google AdWords; il potenziale del Facebook-commerce e l'importanza del Social CRM come strumenti per assicurare al proprio brand la massima competitività on e off line

Fabrizio Barbarossa, CEO, Enterprise Consulting

13.00-14.15 Lunch and Expo Hall Timeunch - [Sponsored by 77 Agency:](#) 

[Expo Hall Sponsored by Seo Cube:](#)  - [Smx Theater Open: Tecla](#) 

h. 14.15 – 15.30 (session parallele)

Social Media Marketing

Going Viral On YouTube

Video virali su YouTube sono in grado di generare numeri impressionanti in termini di visibilità ma come sappiamo ideare e lanciare un messaggio video mirale non è un gioco da ragazzi.. Come si costruisce una strategia di Video Viral Marketing ? I protagonisti di questa sessione condivideranno le più attuali best practice aziendali nella promozione Social dei video

Speakers:

Alessandro Agostini, Managing Director, Bruce Clay Europe

Alessio Garbin, Cofounder, Uramaki

Search Engine Optimization

What SEO Performance

Metrics Are Truly Important?

Come si misura e soprattutto come si dimostra il reale valore delle attività di Search Engine Optimization ? Perché oggi sono così importanti le Seo performance metrics ? In questa sessione abbiamo riunito alcuni dei massimi esperti in materia per condividere le loro tecniche di misurazione più moderne, utili ed efficaci che impiegano ogni giorno per dare prova del valore del proprio lavoro.

Speakers:

Richard Baxter, CEO, SEOGadget

Greg Boser, President, BlueGlass Interactive

Marco Loguercio, CEO, Find

Search Engine Advertising

Forget What You Know About SEA – Best Practices Debate

Sei certo di sapere tutto di Search Engine Advertising ? Ti interessa ed è realmente importante per te l'elemento Qualità ? Quanto conta l'Analisi e la Misurazione ? Le "enhanced campaigns" di Google migliorano davvero il targeting ? E' veramente meglio indirizzare i propri clienti su landing pages di prodotto anziché sul website istituzionale ? In questa

sessione speakers ed esperti analizzeranno le best practice ma anche gli epic fail del Search Engine Advertising per scoprire "cosa fare" ma anche "cosa non fare mai".

Speakers:

Brad Geddes, Founder, Market Motive

Andrew Goodman, Founder, Page Zero Media

Sebastian Grebasch, Global Head of SEA e Mobile Marketing, Zalando

h.15.30-16.45 (sessioni parallele)

Social Media Marketing

Some Assembly Required: Adding Social Media to the Marketing & Communications Mix

Senza alcun dubbio i social media forniscono un valido supporto a chi si occupa di comunicazione. Accade che aziende, che non hanno ancora implementato un programma formale di social media, scoprono che alcune community di fan stiano già promuovendo i loro prodotti; una forma di comunicazione impagabile!! Le aziende che integrano i social media nelle loro strategie di comunicazione godono di ulteriori vantaggi: le community ad esempio, diventano come focus group informali e contribuiscono alla realizzazione di nuovi prodotti, all'ampliamento di gamma di prodotti o servizi già esistenti. Investimenti ulteriori sui media permettono di ottenere risultati ancora migliori. Comunque anche considerando un minimo coinvolgimento nei social media, le aziende devono fare una revisione generale dei processi e assicurarsi di redigere policy opportunamente dedicate. Nel corso di questa sessione i relatori approfondiranno i cambiamenti che devono essere operati dalle aziende per affrontare e utilizzare con successo i Social Media.

Speakers:

Sean Carlos, President, Antezeta

Shawn McClondon, Founder & CEO, My Social Media Monster

Search Engine Marketing

Understanding Searcher Behavior

Tutto questo gran parlare sulla conoscenza dei comportamenti di coloro che utilizzano i motori di ricerca, ma cosa sappiamo realmente di come gli utilizzatori interagiscono con i motori di ricerca? Domanda giusta da porsi!!! Questa sessione guarderà agli studi e alle ricerche più recenti, incluso un approfondimento sul mobile, per presentare tecniche e consigli agli esperti di search marketing.

Speakers:

Bill Hunt, President, Back Azimuth Consulting

Marco Loguercio, CEO, Find

Search Engine Advertising

Running International Paid Search Campaigns

Pensa global ma agisci local!!! Le aziende che operano in un mercato internazionale devono prendere atto delle differenze di ciascun mercato, a partire dalla selezione dei motori di ricerca, alla tipologia di comunicazione, fino alla conoscenza dei comportamenti degli utilizzatori

Infatti essi possono scegliere, oltre ai più famosi Google o Bing, anche Yandex, Baidu o Naver. Il panel di questa sessione intende condividere strumenti e accorgimenti da mettere in atto per implementare e ottimizzare le campagne internazionali di SEA.

Speakers:

Gianpaolo Lorusso, Sito-Perfetto.it

Matthias Weth, Managing Director, Catbird Seat

Plus Session



Driving effective performance measurement in the Social Era

Come usare gli strumenti social per trasformare sistemi e processi aziendali, migliorare le interazioni con i clienti e ottimizzare la valutazione dei supporti social rispetto agli obiettivi di business? Come capire al meglio quanto possano impattare i social media sulle performance dell'azienda?

Armando Janigro, Business Development Manager, Oracle

16.45 – 17.15 Refreshment & Expo Hall Time -

[Expo Hall Sponsored by: Seo Cube](#)



h. 17.15 – 18.30 (session parallele)

Social Media Marketing

Decoding Facebook Ads: Strategies & Tactics For The New Ad Environment

Con le continue evoluzioni ed aggiornamenti di Facebook Ads, restare in partita è sempre più difficile. Dalle forme di Advertising classiche a quelle più innovative le opportunità per gli inserzionisti di Facebook sono ormai tantissime. Inoltre la disponibilità di un target basato oggi sempre più sul Mobile consente agli advertisers di analizzare e sfruttare le diverse potenzialità di acquisto offerte da mobile e desktop devices. Questa sessione vi permetterà di approfondire Facebook Ads, dai cambiamenti in atto alle più efficaci strategie e tattiche di ottimizzazione.

Speakers:

Massimo Chieruzzi, Fondatore, AdEspresso

Amedeo Guffanti, Direttore Generale, 77Agency

Search Engine Optimization

Taming International Search Engine Optimization

Siete solo presenti o siete veramente operativi nei mercati internazionali? Cosa è importante conoscere in un mercato multilingue? Quali sono i motori di ricerca che contano nei paesi dove siete presenti? Questa sessione considera gli aspetti che è necessario presidiare quando si opera nell'organic search a livello internazionale. Dalla selezione delle parole chiave, all'utilizzo dei domini e del mobile

Speakers:

Bill Hunt, President, Back Azimuth Consulting

Johannes Müller, Webmaster Trends Analyst, Google

Search Engine Advertising, Search Engine Optimization, Social Media Marketing

In-House, Outsource or Both?

Realizzare un marketing digitale di successo in un contesto che evolve così velocemente, non è cosa semplice! Alcune aziende scelgono di attuare direttamente strategie di search e di social media, altre scelgono di affidarsi a competenze esterne per le attività di comunicazione e di digital marketing, mentre altre ancora adottano un approccio ibrido.

Nel corso di questa sessione gli esperti condivideranno con voi la loro esperienza su come gestire le sfide che ognuno degli scenari presenta: dalla fase di reclutamento a quella di formazione continua fino al processo di vendor management.

Speakers:

Sante Joseph Achille, Consulente per Motori di Ricerca e di Web Marketing

Motoko Hunt, Ajpc LLC

Ruth Burr, Marketing Lead e Head of SEO, Moz

18.30 – 19.00 [SMX Expo Hall Reception - Expo Hall Sponsored by: Seo Cube](#)



Visita I fornitori delle soluzioni di search marketing nel Expo Hall mentre ti gusti bevande e salatini

19.00 **SMX After Dark**

Unisciti a noi nella città che non dorme mai per l'SMX After Dark. Ci saranno, bevande, cibo e ottime conversazioni.

AGENDA SMX 8NOVEMBRE 2013 – Mi.Co

8.30 – 9.00 **Breakfast & Registration**

9.00 – 10.00 **Keynote**

h. 10.00 – 11.15 (sessioni parallele)

Social Media Marketing

Customer Service Through Social Media

I social media sono ormai diventati un nuovo canale per il servizio al cliente, ma la loro evoluzione non si è fermata. Come si gestisce un sistema che permette ai clienti di "gridare ai quattro venti" le proprie ragioni e che pretende da voi risposte e soluzioni?

In questa sessione un panel di esperti presenta le "best practice" di coloro che sono in "trincea" e che gestiscono gli aspetti operativi del social media customer service, ci racconteranno anche come talvolta è possibile trasformare un problema in un caso di successo.



Solution Spotlight by

Speakers:

Federico Cominotto, Web Marketing and Social Media, H3G

Elisabetta Grimani, Responsabile Web e New Media, FS Italiane

Search Engine Optimization

Schema.org: Real World Markup For Success

Sicuramente conoscete l'importanza del markup del web semantico, ma qual è il modo più efficace per utilizzarlo? Gli speakers che intervengono in questa sessione condivideranno le tecniche più evolute di utilizzo dei microdata e di rafforzamento della presenza sui motori di ricerca e presenteranno alcuni case-study esemplificativi di come a volte pagare per l'importanza del dettaglio può tradursi in reale maggiore visibilità on-line.

Speakers:

Ruth Burr, Marketing Lead e Head of SEO, Moz

Bastian Grimm, Founder e partner, Grimm Digital

Marcus Tober, Founder, Searchmetrics

Search Engine Advertising

Mobile Ads: From Click-To-Call & Beyond

Il Mobile Advertising è del tutto simile al Search Engine Advertising (SEA), ma gli utenti Mobile hanno necessità ben diverse, che richiedono un approccio innovativo. Le vostre pubblicità prevedono link click-to-call per quegli utenti che cercano una risposta immediata alle loro esigenze? Siete in grado di creare landing pages in grado di portare l'utente "Mobile" a una "conversion" rapida e semplice? In che modo le "enhanced campaigns" di Google possono influire sulle vostre scelte? In questa sessione potrete apprendere come creare campagne di Mobile Advertising di successo.

Speakers:

Bill Dinan, President, Telmetrics

11.15 – 11.45 Refreshment Break

[Expo Hall Sponsored by: Seo Cube](#) 

h. 11.45 – 13.00 (sessioni parallele)

Social Media Marketing

The Voice of The Consumer – Social Media & Consumer Reviews

Molte aziende utilizzano i social media per avere un filo diretto con le opinioni dei clienti sulla reputation del brand, sui prodotti, servizi e sui dipendenti.

Le recensioni dei consumatori giocano un ruolo centrale in quanto feed back spontanei, ma qual è il ruolo che giocano nel processo di vendita? Quanto impattano sulla visibilità dei siti web, nei risultati di search? Come possono essere monitorati e analizzati in modo efficace? Possono essere utilizzati nella produzione di valore per l'azienda?

Speakers:

Justin Sanger, Founder & Ceo, Support Local

Riccardo di Marcantonio, Founder & Ceo, Extreme

Massimo Milita, Marketing Director, Sorgenia

TBA

Search Engine Marketing

Maps, Metros & Mobile: Surviving And Thriving In Local Search

Da alcune stime emerge che dal 20 al 30% di tutte le "search" sono su base locale, questa percentuale aumenta notevolmente quando effettuate su mobile!!

Ma la visibilità su base locale attualmente è un target in costante movimento ed ottenere un livello minimo non è garanzia di successo. Nel corso di questo incontro gli esperti condivideranno tattiche e indicazioni per presidiare il local search landscape, anche con riferimento alle implicazioni con il social network Google+ Local (ex Google Places)

Speakers:

Luca Bove, Search Marketing Specialist, Imevolution

Chris Silver Smith, President, Argent Media

13.00 – 14.00 Lunch & Expo Hall Time [Sponsored by 77 Agency:](#) 

[Expo Hall Sponsored by Seo Cube:](#) 

h. 14.00 – 15.15 (sessioni parallele)

Social Media Marketing

Measuring Social Media ROI twitter-logo (#smx #23A)

Nonostante il successo esponenziale dei social media, ci si continua a chiedere come si può monitorare, misurare e verificare se gli investimenti economici fatti su Facebook, Twitter e altri social network siano stati effettivamente redditizi? Questa sessione è dedicata ai nuovi strumenti di Social Media Analytics, alle più attuali tecniche di rilevazione dei tassi di redemption e di conversion, ai tools più efficaci nella rilevazione e analisi di ROI e performance delle campagne di social media marketing.

Speakers:

Vincenzo Cosenza, Social Media Strategist, Blogmeter
Ric Dragon, CEO, DragonSearch

Social Media Marketing, Search Engine Optimization

I'm feeling Wikipedia

Nelle milioni di ricerche fatte ogni giorno nel mondo su Google, Wikipedia è quasi sempre al 1° posto. Wikipedia è anche una fonte importante di dati per Google's Knowledge Graph e di traffico diretto ad innumerevoli siti. Tuttavia correzioni e aggiornamenti delle informazioni di Wikipedia deve essere sempre fatto rispettando le regole della Wikipedia's community. In questa sessione conosceremo come funziona davvero Wikipedia e come è possibile capirlo ed utilizzarlo.

Speakers:

Frieda Brioschi, Presidente, Wikimedia Italia

Loredana Grimaldi, Head of Corporate Communication, Telecom Italia

Nicoletta Vittadini, Professore Associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Search Engine Marketing

Trends In Mobile Search – from optimization to commerce

Il Mobile Search è ormai letteralmente esploso con sempre più persone ad utilizzare tablet e smartphone per fare ricerche, trovare risposte e concludere acquisti. Condivideremo i dati e gli studi più recenti sull'utilizzo effettivo del Mobile, analizzeremo trend futuri e prospettive di crescita ed approfondiremo alcuni dei maggiori punti di forza del "mobile marketing Crack", come l'optimizing per il mobile, il voice search, le "enhanced campaigns" di Google e il responsive design.

Speakers:

Sean Carlos, President, Antezeta

Paolo Zanzottera, CEO, ShinyStat

Marco Loguercio, CEO, Find

15.15 – 15.30 Refreshment Break

15.30 – 16.30 TBA

16.30 - 16.45 Refreshment Break

h. 16.45 – 17.45 (sessioni parallele)

Social Media Marketing

The Perfect Blog

Da molti punti di vista un blog è l'hub dove si concentrano tutti gli sforzi del social media marketing, ma realizzare un blog di qualità è una sfida. Come mantenere un blog aggiornato con contenuti sempre nuovi e che generino interesse? Come creare la community di lettori e ottenere i loro commenti? Siete in grado di utilizzare il blog per generare lead commerciali e aumentare le vendite?

La sessione risponderà ai quesiti e fornirà spunti pratici sia coloro che sono in una fase iniziale sia per chi desidera rendere più efficace il blog.

Speakers:

Sante Joseph Achille, Consulente per Motori di Ricerca e di Web Marketing

Domitilla Ferrari, Social Media Strategist, Arnoldo Mondadori Editore

Search Engine Optimization

SEO Site Clinic

Quanto i miglioramenti apportati a un sito possono influire sull'incremento del traffico?

Un approfondimento a cura di esperti. Tutti i partecipanti alla convention SMX avranno l'opportunità di sottoporre il loro sito agli esperti ed ottenere una review dal vivo.

Speakers:

Greg Boser, President, BlueGlass Interactive

Giacomo Gnechi Ruscone, Webmaster Outreach Specialist, Google

Johannes Müller, Webmaster Trends Analyst, Google

Dave Naylor, Director, Bronco

Digital Analytics, Search Engine Marketing, Social Media Marketing

Meet Google Universal Analytics – Not Your Father's Web Analytics

All'inizio di quest'anno Google ha introdotto Universal Analytics, uno strumento avanzato di raccolta dei "digital communications data". Universal Analytics offre maggiore personalizzazione, maggiore integrazione con le altre fonti dati e l'opportunità di avere una visione più completa dell'intero marketing funnel. Ma cosa c'è che non va? In questa sessione lo scopriremo approfondendo cosa è realmente oggi per i digital marketers l'Universal Analytics di Google.

Speakers:

Justin Cutroni, Analytics Evangelist, Google