

UN'INIZIATIVA

The main title 'TASTE THE GURU' is centered on the page. 'TASTE THE' is in a smaller, orange, sans-serif font. 'GURU' is in a large, bold font, with 'GU' in black and 'RU' in white. A stylized yellow flame graphic rises from the top of the 'U' in 'GURU'.

TASTE THE GURU

menu

Cosa è

3 incontri di comunicazione e marketing per palati sopraffini, un club esclusivo destinato a un massimo di 20 partecipanti che coniuga il gusto della conoscenza con la condivisione dell'esperienza.

A chi si rivolge

Professionisti di Marketing e Comunicazione



Il menu di Taste the Guru

IL MARKETING ESPERIENZIALE; AL DI LÀ DEL MARKETING TRADIZIONALE

13 dicembre 2007
Milano, Ristorante Joia

Con l'intervento di:
Bernard Cova
Professore di Marketing,
Responsabile del savoir Sud Institute
alla EUROMED (Marsiglia),
Visiting Professor all'Università
Bocconi Milano ed inventore
del Marketing Tribale



UNCONVENTIONAL COMMUNICATION Guerrilla, Viral, Buzz e Word of Mouth, Marketing, Teoria, Tecniche e metodologie di misurazione

21 febbraio 2008
Milano, Bulgari Hotels
& Resorts

Con l'intervento di:
Greg Stielstra
Autore del bestseller
PyroMarketing: The Four Step
Strategy to Ignite Customer
Evangelists and Keep Them For Life



I NUOVI MEDIA DI COMUNICAZIONE Tv satellitare, Radio e Mobile

27 marzo 2008
Milano, Revel Scalo d'Isola

Con l'intervento di:
Derrick De Kerckhove
Direttore del programma McLuhan
di cultura e tecnologia
e Professore del Dipartimento
francese all'Università di Toronto



UN'INIZIATIVA

AdV
Strategie comunicazione



IL MARKETING ESPERIENZIALE; AL DI LÀ DEL MARKETING TRADIZIONALE

Quali sono le ultime tecniche di marketing emozionale? E come implementarle nella propria azienda? Come rendere unica l'esperienza di fruizione o di consumo per rendere unico anche il suo prodotto?

Milano, 13 dicembre 2007, Ristorante Joia
Orario: 16.00-20.00 Cena: 20.30 - fine serata

A cura di: **Bernard Cova, Professore di Marketing, Responsabile del savoir Sud Institute alla EUROMED (Marsiglia), Visiting Professor all'Università Bocconi Milano ed inventore del Marketing Tribale**

Bernard Cova è Professore presso Euromed Marseille - Ecole de Management ed è Visiting Professor presso l'Università Bocconi di Milano. I suoi lavori sugli approcci alternativi del marketing l'hanno portato a cercare di "mediterraneizzare" le strategie di marketing, a livello sia concettuale, sia manageriale ed a sviluppare tali metodi come quelli del marketing tribale e del marketing esperienziale.

Illustrerà anche sulla base di casi reali, le ultime tendenze e tecniche di marketing esperienziale direttamente applicabili all'azienda. E in più, potrà vivere un'esperienza attraverso il Cibo, grazie alla cena organizzata dopo l'incontro presso il Ristorante Joia, famoso ristorante di Alta cucina naturale!

UNCONVENTIONAL COMMUNICATION GUERRILLA, VIRAL, BUZZ E WORD OF MOUTH, MARKETING, TEORIA, TECNICHE E METODOLOGIE DI MISURAZIONE

Quali sono le ultime tendenze e strumenti di comunicazione in materia di unconventional? Come raggiungere più persone al minor costo attraverso i nuovi strumenti di Marketing non Convenzionale?

Milano, 21 febbraio 2007, Bulgari Hotels & Resorts
Orario: 16.00-20.00 Cena: 20.30 - fine serata

A cura di: **Greg Stielstra, Autore del famoso libro PyroMarketing: The Four Step Strategy to Ignite Customer Evangelists and Keep Them For Life**

Greg Stielstra è autore di "PyroMarketing..." (HarperBusiness, Settembre 2005). Autore e anche consulente, è stato responsabile marketing per la promozione di bestsellers come "The purpose driven Life", un successo di vendite. Lavora ora come responsabile marketing alla Thomas Nelson Publishers.

Greg presenterà la teoria del PyroMarketing e del Tetraedro di fuoco. Alla base della Teoria "PyroMarketing" c'è la visione dei clienti come "benzina". Pur essendo dotati di risorse (i soldi dei consumatori) c'è uno stretto legame tra le loro risorse e le loro volontà. Il buon marketing manager deve saper accendere il fuoco per far bruciare la benzina, portando il cliente a scegliere di usare le proprie risorse per acquistare i prodotti. L'energia scaturita dal fuoco della benzina produrrà il passaparola che tiene vivo e ravviva il fuoco. Il fuoco del Marketing! Il tutto sarà presentato presso il raffinato e prestigioso Hotel Bulgari, simbolo della modernità e design italiano, sito in pieno centro a Milano.

I NUOVI MEDIA DI COMUNICAZIONE: TV SATELLITARE, RADIO E MOBILE

Come cogliere le nuove opportunità offerte dai nuovi media? Quali sono le possibili applicazioni aziendali e quali costi bisogna affrontare?

Milano, 27 marzo 2008, Revel Scalo d'Isola
Orario: 16.00-20.00 Cena: 20.30

A cura di: **Derrick De Kerckhove - Direttore del programma McLuhan di cultura e tecnologia e Professore del Dipartimento francese all'Università di Toronto**

Direttore del Programma McLuhan di cultura e tecnologia e professore del Dipartimento francese all'Università di Toronto (Canada). De Kerckhove è un consulente dei media e delle iniziative culturali, e ha partecipato nella preparazione e nell'ideazione del padiglione di Ontario all'Expo '92 di Siviglia (Spagna), all'esposizione Canada in Space e al Centro di trasmissione della Canadian Broadcasting Company. È stato recentemente membro della commissione incaricata della progettazione di una politica culturale per la comunità francofona in Ontario e del Comitato governativo di Ontario sulla strategia di telecomunicazioni.

Sulla base della sua enorme esperienza, Derrick mostrerà come cogliere le opportunità offerte dal cambiamento in atto dei nuovi media di comunicazione e le sue applicazioni aziendali: la nuova televisione digitale, i new media e la convergenza con i mobile-device, in funzione anche del passaggio di tali settori al digitale terrestre.

Questo esclusivo incontro si terrà presso il Revel Scalo d'Isola, nuovo spazio situato nello storico quartiere dell'Isola, dove si incontrano il business e le relazioni, dove ascoltare musica dal vivo e vivere il teatro in un contesto di grande fascino!

