NIBI

NUOVI MERCATI.
FORMAZIONE D'IMPRESA



In collaborazione con:

netcomm
IL CONSORZIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

ADM-EA CONSULTING

ASIAN STUDIES GROUP

CORSO EXECUTIVE

Internazionalizzazione e web: industria 4.0 la digitalizzazione dell'impresa

Focus su e.commerce e social media marketing in Cina

Milano, 17 – 18 Marzo 2017

PROMOS



Internazionalizzazione e web: industria 4.0 la digitalizzazione dell'impresa

La rivoluzione digitale ha cambiato il mondo di fare business, aprendo nuove frontiere e offrendo alle aziende nuove opportunità per comunicare sia con i consumatori che con le altre imprese .

In questo contesto, la **Cina** riveste particolare importanza in quanto rappresenta **oggi il mercato online più grande al mondo,** con oltre **700 milioni di net-users** e **ben 400 milioni di persone** (venti volte i compratori online italiani), che comprano sulle piattaforme di E-commerce, con **una crescita costante del 20% all'anno**.

Impostare ed avviare un progetto basato sull'**e-commerce** necessita quindi di un'attenta **pianificazione strategica e di investimenti mirati in promozione e marketing on line,** partendo dal presupposto che la **cultura del popolo cinese è profondamente diversa dalla nostra.** Pertanto è necessario comprendere le tendenze e i cambiamenti che stanno attualmente attraversando il panorama cinese., per essere in grado di **costruire i contenuti giusti e scegliere gli strumenti migliori** per comunicare e vendere nel mercato più grande del mondo.

Il **Corso Executive** è concepito per trasmettere ai partecipanti una panoramica della **realtà sociale cinese,** degli **strumenti di vendita on-line e delle tecniche di web marketing**, necessarie per avere successo sul mercato cinese, sfruttando appieno le potenzialità offerte dal **nuovo mercato digitale**.

In collaborazione con:

netcomm
IL CONSORZIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO ITALIANO

ASIAN STUDIES GROUP
東洋学協会

東
ADM-EA CONSULTING



Il Corso Executive, organizzato e progettato da **NIBI -** Nuovo Istituto di Business Internazionale - in collaborazione con **Netcomm -** Consorzio del Commercio Elettronico Italiano **- e Admea -** Advisory for Development and Marketing on Eastern Asia, fornisce un quadro completo dei principali strumenti digitali da applicare nella pianificazione di una strategia di web marketing e nell'uso dell'E-commerce per vendere con successo sul mercato cinese.

La **docenza** è affidata a professionisti riconosciuti e da anni attivi nel settore, per permettere ai partecipanti di interagire con esperti e analizzare casi reali, mantenendo un taglio pratico durante le lezioni.

OBIETTIVI

Il percorso qualificato garantisce una preparazione concreta e operativa, finalizzata a:

- pianificare e avviare **un progetto E-commerce**
- esaminare i **nuovi modelli di business** attraverso l'analisi degli specifici strumenti digitali dello scenario cinese
- pianificare **strategie di marketing e campagne di comunicazione digitale** volte a rafforzare le vendite on line sul mercato cinese

Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di cogliere il potenziale dei nuovi strumenti e strategie digitali e di applicarli con successo nell'ambito delle proprie attività e nei progetti internazionali con il mercato cinese.

DESTINATARI

Il corso si rivolge a imprenditori, export manager, marketing manager, digital project manager, social media manager, manager e professionisti che intendono acquisire strumenti e tecniche di web marketing applicati ai processi di internazionalizzazione.

METODO

L'approccio didattico prevede l'alternanza di approfondimenti teorici, analisi di casi e interazione diretta con esperti del settore.

Il percorso si articola in **2 giornate** per un totale di **16 ore di lezione**.



PROGRAMMA

17 MARZO
Mattino: 9:30 – 13:30
Pomeriggio: 14:30 – 18:30

- Panoramica e strumenti per la digitalizzazione delle imprese
- Sviluppo di competenze funzionali all'approccio all'e-ecommerce
- Modelli di ridefinizione della corporate governance in ottica di digitalizzazione (le professioni e le competenze)
- Scenario del mercato E-commerce nel mondo
  - Business to Consumer
  - Business to Business
- I passi fondamentali per un progetto e-commerce
  - Make or Buy
  - Business Plan
  - Project Management
- Il marketing per l'E-commerce:
  - Paid Media
  - Owned Media
  - Earned Media

---

18 MARZO
Mattino: 9:30 – 13:30
Pomeriggio: 14:30 – 18:15

- Business Model Cinese
  - il Confronto: Slowing Down GDP e Mercato dei servizi in espansione
  - Cross Cultural Management, Leadership e Contrattazione in China: da offline a online
- La dimensione degli acquisti in Cina
- La middle class cinese: consumi e strumenti d'acquisto
- L'urbanizzazione delle campagne: da economia agricola ad economia di consumi
- PPP in Cina e la democrazia dello smartphone
- Panoramica ed analisi dei Social Media & Tools
- Analisi delle principali piattaforma e-commerce cinese: B2B-C2C-B2C
- Strategie di comunicazione nell'assetto social media cinese
- Pubblicità e Marketing in Cina: le chiavi vincenti dell'e-commerce cinese
- FTZs: cross border e-commerce e bonded warehouse model a confronto
- Casistiche aziendali a confronto



PROFILO DOCENTI

I docenti selezionati sono professionisti altamente qualificati che vantano una consolidata esperienza nella formazione executive.

Paolo CACCIATO, Docente Faculty NIBI e *Coordinatore del «Business Focus Cina e Far East»* nell'ambito dell'Executive Master per l'Internazionalizzazione d'Impresa. Insegna in diversi *Corsi Executive e On-Demand di NIBI.*

Dal 2016 coordina, per NIBI, la sezione specialistica su cross cultural management e digital marketing in Cina nei Master in *International Business Development in CHINA MIBC dell'Università LUM Jean Monnet*.

Esperto in lingue orientali, marketing e consulenza di sviluppo commerciale per i mercati asiatici, editorialista di Corriere Asia e Presidente di Asian Studies Group - associazione multidisciplinare e centro studi specializzato in formazione, consulenza, mediazione progettuale e marketing strategy su Cina, Giappone e Corea, con diverse sedi in Italia fra cui Milano e Roma.

Direttore di ADMEA, Advisory for Development and Marketing on Eastern Asia - studio di consulenza per lo sviluppo e di marketing di impresa sull'Asia orientale con ufficio principale a Milano e desk in Giappone (Kobe). Già consulente d'impresa per programmi di internazionalizzazione e *b2b* assistito in collaborazione con enti para governativi (JETRO Tokyo) e camere di commercio; di recente alla direzione del *Centro per le Prospettive Internazionali (C.U.P.I.)* con delega all'internazionalizzazione di impresa su Far East.

Docente e formatore per programmi di *business culture e business mediation* inerenti all'area East Asia, con particolare attenzione all'aspetto socio - linguistico e analisi del mercato, secondo diversificazione di prodotti e brand awareness.

Laurea in Mediazione Linguistica e Culturale per l'Asia orientale con specializzazione in lingua e cultura giapponese e cinese.
Borsista per miglior tesi di laurea con percorso di studi presso Università del Popolo di Pechino, training specialistico in diritto societario in Cina alla Fudan University di Shanghai e borsista presso Ishikawa Foundation for International Relations Kanazawa con programma di ricerca applicata alla mediazione commerciale fra Europa e Giappone.



PROFILO DOCENTI

Giulio FINZI, Segretario Generale, CONSORZIO NETCOMM.
Dal 1996 Giulio Finzi lavora al fianco delle imprese italiane in progetti di comunicazione e vendita via web. Ha ideato e lanciato nel 2000 il primo *shopping comparison italiano*, Costameno.it, e nel 2003 ha creato la prima fiera per il commercio elettronico, Ecommerceland, all'interno di Smau.
Per sei anni ha gestito i *Canali Shopping del Gruppo Repubblica*, di *Fastweb* e di *Microsoft Italia*. Nel 2006 all'interno di Confindustria ha co-fondato Netcomm, il Consorzio Italiano del Commercio Elettronico, che raggruppa i principali player del settore e di cui è Segretario Generale.
Dal 2008 ha collaborato come consulente alla realizzazione di più di venti progetti di E-commerce, tra cui *Furla, Meltin'Pot, Alfa Romeo, Le Pandorine, Vileda, Tucano, Diego della Palma, Replay, Pernigotti, Illy Caffè, De Agostini e Piazza Sempione.*
Dal 2012 Giulio lavora su progetti di E-commerce e multicanalità in Cina, guidando le aziende italiane nella definizione della strategia e nell'implementazione della loro presenza web nel mercato cinese.
E' docente di Web Marketing e E-commerce *all'Università Cattolica di Milano*, Politecnico di Milano, Business School de IlSole24Ore, CORCE e Università Suor Orsola di Napoli.
Giulio Finzi è co-autore dei libri *"Fashion Branding 3.0" (2012) e "Aprire un negozio online" (2015).*
Dal 2012 è rappresentante italiano del Global E-commerce Summit, l'evento di Ecommerce Europe.

Informazioni e iscrizioni (max 25 posti)

QUOTA DI PARTECIPAZIONE
€ 420 + IVA
Corso Executive di 16 ore

PROMOZIONE*
€ 357 + IVA
Sconto Early Booking -15%

**per iscrizioni formalizzate entro il 17 Febbraio 2017*

La partecipazione al Corso è finanziabile tramite i Fondi Paritetici Interprofessionali.

Al termine del Corso verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione.

Il corso si svolge a Milano, presso le aule NIBI (Palazzo Turati) in Via Meravigli, 7

NIBI

NUOVI MERCATI.
FORMAZIONE D'IMPRESA



Certificato da:

ACCREDIA L'ENTE DI ACCREDITAMENTO

UNI EN ISO 9001:2008

CERTIQUALITY

SISTEMA DI GESTIONE QUALITÀ CERTIFICATO

Promosso da:

CAMERA DI COMMERCIO MILANO

PROMOS

Membro di:

ASFOR SOCIO AGGREGATO