

Momketing

new moms, new marketing

MILANO – Palazzo delle stelline - Martedì 6 novembre 2018

*La conferenza italiana dedicata al marketing con le mamme.
Un momento di incontro e confronto tra i professionisti del settore
per condividere trend e best practice.*

2018 - Quarta edizione

Cos'è

Momketing è l'**unica conferenza italiana** dove **aziende** e **professionisti** mettono a confronto strumenti e practice di successo **per comunicare con le mamme**.

Come nelle passate edizioni, la giornata prenderà l'avvio con la presentazione di alcuni insight provenienti dalla nuova **ricerca sul target mamme**, realizzata da Eumetra MR in collaborazione con FattoreMamma. Nel 2018, infatti, ha preso avvio il progetto Monitor Mamme, che ha coinvolto oltre 2.300 tra mamme e future mamme tra fase qualitativa e quantitativa della ricerca. **Monitor Mamme** è la 1° edizione di un osservatorio continuativo con cadenza annuale, progettato con lo scopo di studiare in profondità il target, intercettando i trend in atto non solo sul piano del consumo digitale, ma anche in tutti i settori principali di consumo della famiglia, dall'alimentare all'automotive, dalla casa all'health care.

I dati della ricerca confermano che una comunicazione adeguata alle crescenti complessità dei modelli di consumo, dello scenario competitivo e di quello tecnologico, non può prescindere dall'**ascolto**. Saper ascoltare le mamme è la chiave per una comunicazione efficace, in particolare verso un target sempre più abituato a esprimere la sua opinione on e off-line.

Dall'ascolto alla **cooperazione**. La Rete consente di interagire e le mamme mostrano una forte propensione alla partecipazione attiva e allo scambio: come si possono trovare forme di cooperazione con le mamme in iniziative che producano valore per entrambe le parti?

L'informazione autorevole sembra oggi faticare a trovare spazi e forme adeguate in Rete nell'enorme flusso di comunicazione governato dagli algoritmi dei social; **le mamme - influencer** - possono costituire un supporto per la comunicazione e l'informazione di qualità che le aziende hanno bisogno di portare anche al di fuori dei canali tradizionali?

Infine uno sguardo al nuovo **scenario post GDPR**: cosa è cambiato, quali novità sono in arrivo dalla regolamentazione ancora in fase di completamento, come questa influisce

sulla nostra possibilità di ascoltare, comunicare e interagire efficacemente con le mamme nel rispetto della privacy?

A chi si rivolge

Ai responsabili marketing e comunicazione delle aziende che vedono le mamme come decisori d'acquisto.

A tutti gli operatori del settore compresi ricercatori, giornalisti, studenti e blogger.

Programma

MATTINA

9.00 – **Registrazione**

9.30 – **Benvenuto e apertura Lavori**

- **Paolo Prestinari** - *Presidente e Amministratore Delegato - FattoreMamma*
-

Parte prima - Ascoltare le mamme

9.50 – **Keynote - Perché le mamme sono un target chiave per capire il presente e il futuro, non solo dei consumi**

- **Remo Lucchi** - *Presidente Advisory Board - Eumetra MR*

10.10 – **Presentazione - Monitor Mamme 2018: Presentazione della ricerca**

Quali sono i trend che emergono nel target mamme? Che cosa fanno le mamme in rete? Come avviene il processo d'informazione e decisione d'acquisto?

- **Letizia Verri** - *Ricercatrice - Eumetra MR*

10.40 – Panel - **Saper ascoltare: cosa ci chiedono le mamme**

Come stanno cambiando le mamme, che cosa chiedono alle aziende e come si relazionano con loro? Come possiamo fondare una relazione con che sia reale, duratura e capace di portare valore ad entrambe le parti?

Ne parlano:

- **Marco Schiavon** - Vice President - Chicco Italia, Spagna e Portogallo
- **Matteo Lucchi** - Amministratore Delegato - Eumetra Mr
- **Matteo Novello** - Amministratore Delegato - FattoreMamma-Media

11.30 – **Coffee Break**

Parte seconda - Oltre l'ascolto: ingaggiare le mamme

11.45 – **Keynote**

Tutti i dati concordano nel descrivere una “simbiosi” tra mamme e smartphone. Ma a contendersi l'attenzione delle mamme sul piccolo schermo dello smartphone concorrono una grande quantità di canali, app, soggetti e contenuti. Come muoversi nella creazione del mix di comunicazione per connettersi e ingaggiare il target?

- **Ugo Benini** - Co-founder and Partner -The Vortex

12.15 – **Panel**

Le esperienze delle aziende che si rivolgono alle mamme utilizzando nuove forme di engagement.

Ne parlano:

- **Massimo Bullo** - Direttore Marketing - Nintendo Italia
- **Michela Capra** - Digital Manager - Hipp Italia
- **Emanuele Giraldi** - Strategy Director - Mindshare
- **Cesare Montanari** - Amministratore delegato - Dorel Italia
- **Paolo Prestinari** - Presidente e Amministratore Delegato - FattoreMamma

13.30 – **Light Lunch**

POMERIGGIO

Continuazione - Oltre l'ascolto: ingaggiare le mamme.

14.30 – **Panel**

Le esperienze delle aziende che si rivolgono alle mamme utilizzando nuove forme di engagement; le mamme influencer come partner per una comunicazione di qualità.

Introduce: **Silvia Valisi** - Client Manager & Research Coordinator - Blogmeter

Ne parlano:

- **Ilaria Di Vaio** - Top Influencer
- **Nicola Lanna** - Avvocato
- **Silvia Lonardo** - Content Creator & Influencer
- **Giulia Rossi** – Brand Manager - Orogel
- **Carlo Rossetti** - Amministratore delegato - Dna S.r.l.

Parte Terza - Profilazione, dialogo, marketing dopo il GDPR

La scorsa primavera l'entrata in vigore del GDPR ha fortemente riportato l'attenzione di tutti sul tema della privacy e delle sue implicazioni. A che punto siamo con la regolamentazione, in un quadro normativo che in Italia si sta ancora completando? È ancora possibile lavorare correttamente e proficuamente con i dati?

16.00 – **Panel**

Introduce: **Avv. Marco Maglio** - Avvocato esperto di temi di Privacy e Fondatore del network *Lucerna Iuris*

Ne parlano:

- **Gianni Bientinesi** – Delivery Manager Italy - Leroy Merlin Italia
- **Daniele Carraro** - Delivery Manager - Chubb Italia
- **Matteo Novello** - Amministratore Delegato – FattoreMamma-Media

17.00 – **Chiusura lavori**