

IL 7 E L'8 APRILE

A MILANO LA PRIMA EDIZIONE DI DIGITALIZATION

Digitalization si terrà il 7 e l'8 aprile a Milano presso l'hotel Marriott. Nel corso del summit professionisti di successo, operanti in vari settori del web, terranno un corso intensivo in cui spiegheranno come creare startup digitali, ma anche come far sviluppare un business attraverso internet.

L'evento è organizzato da **Gianluigi Ballarani**, ceo di **Hotlead**, e da **Francesco Facchinetti**, che ha fondato una delle più importanti agenzie di talenti nativi digitali, la **NeWcO Management**. Oltre a questi ultimi, i relatori sono: **Sebastian Gazzarrini**, diventato, in breve tempo, una webstar e, poi, inviato de *Le Iene*, oggi, conta 630.000 follower su Facebook, ottenendo 100 milioni di visualizzazioni con i suoi video; **Alfio Bardolla**, fondatore dell'omonimo Training Group S.p.A.,

che si occupa di formazione finanziaria personale, nonché proprietario di altre sei aziende, è giunto ad avere un patrimonio personale stimato di 40 milioni di dollari; **Francesco Sole**, Youtuber, con oltre mezzo miliardo di visualizzazioni, che annovera 400 mila iscritti al suo canale Youtube e co-conduttore di *Tu Si Que Vales*; **Valerio Pezzano**, ceo del network di affiliazione

Executive che gestisce più di 1000 affiliati in tutto il mondo; **Andrea Giuliodori**, creatore del blog *EfficaceMente*, basato sulla crescita personale, con un giro d'affari di 2 milioni di dollari e **Daniele Ratti**, fondatore e ceo di *Fatture in Cloud*, piattaforma di fatturazione leader italiana nel cloud, oltre che ad essere ideatore di App di successo. Partendo dalla loro espe-

rienza sul campo, gli speaker tratteranno diversi argomenti che, insieme, consentiranno ai presenti di avere gli strumenti necessari per muoversi fattivamente nel web. I temi sono: l'influencer marketing, in cosa consiste e le modalità di lavoro utili a perseguire determinati obiettivi; il social media marketing, come funziona uno dei sistemi più efficaci al mondo di acquisizione clienti; l'affiliate marketing, il moltiplicatore delle vendite che si trova dietro i grandi guadagni dei ragazzi poco più che teen-ager; le caratteristiche comuni che contraddistinguono le startup digitali di successo e le strategie utili adottabili nell'e-commerce. Su *Today Pubblicità Italia* di martedì 3 aprile, in una lunga intervista, sarà lo stesso Gianluigi Ballarani a raccontarci la genesi e gli obiettivi del progetto.



SUL PIATTO 500 MILIONI DI EURO

TRENITALIA CERCA UN PARTNER ICT PER I PROSSIMI SEI ANNI

Trenitalia ha pubblicato un bando di per una gara a procedura negoziata per servizi ICT per la progettazione, lo sviluppo e l'esercizio dei sistemi dell'intero processo commerciale comprendente le attività di riservazione, di vendita su tutti i canali, di rendicontazione delle vendite e gestione del cliente finale (CRM - Customer Relationship Management). Sono inclusi i servizi di governo e la gestione operativa dei sistemi, di sicurezza logica, di conduzione delle infrastrutture hardware e fornitura di servizi IAAS e PAAS a supporto dei sistemi. Sono previste forniture chiavi in mano di asset tecnologici specifici. Il valore totale stimato è di 500 milioni di euro per sei anni. Nel dettaglio i servizi sono richiesti sono visibili sul sito acquisitionline.trenitalia.it. Tra questi la progettazione e realizzazione 'on demand' di nuove applicazioni software e manutenzione evolutiva, la gestione e configurazione degli ambienti di sviluppo, servizio di help desk, di primo e secondo livello, la vendita di titoli di viaggio e servizi accessori attraverso diversi canali. Il termine per il ricevimento delle offerte o delle domande di partecipazione è fissato al 7 giugno 2018.



CESSIONE A TERZI DEI DATI PER SCOPI PUBBLICITARI

FACEBOOK CHIUDE LE PARTNER CATEGORIES PER 'DIFENDERE' LA PRIVACY

Dopo il caso Cambridge Analytica, **Facebook** ha annunciato che, nei prossimi sei mesi, chiuderà le partner categories, un'offerta della sua piattaforma di servizi pubblicitari che finora ha consentito a data broker come Acxiom Corp., Epsilon Data Management LLC, Experian e Oracle di accedere a target specifici di utilizzatori di Facebook, per esempio i clienti di un certo prodotto, per conto dei loro clienti. "Riteniamo che questo passo contribuirà a migliorare la privacy delle persone su Facebook - ha dichiarato lo scorso mercoledì **Graham Mudd**, product marketing di Facebook, a proposito del cambio di politica sui data broker. La società ha rifiutato di fornire dettagli sulla revisione più ampia delle sue



strategie. Secondo il *Wall Street Journal*, Facebook smetterà anche di fornire dati anonimi ai data broker per misurare il successo delle campagne di comunicazione. Le aziende saranno comunque in grado di utilizzare i dati già in loro possesso degli annunci finora targettizzati da Facebook.