

# Innovazione & trasformazione digitale nel management sportivo

2° modulo:

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE NEL MONDO SPORTIVO

9-10 aprile 2021

Modalità online - Piattaforma Microsoft Teams Edu

## 9 aprile

15.00 - 17.00	<i>The digital journey of Real Sociedad</i>	Juan Iraola
17.00 - 19.00	<i>L'importanza della trasformazione digitale</i>	Mounir Zok

## 10 aprile

09.30 - 11.30	<i>Trasformazione digitale esterna (gestione esperienziale dei fan, monetizzazione digitale, ...)</i>	Mounir Zok
11.30 - 13.30	<i>Customer Relationship Management e la sua funzionalità all'interno del processo decisionale aziendale data-driven</i>	Thierry Sequeira

## Relatori

Juan Iraola	<i>Chief Innovation Officer at Real Sociedad</i>
Mounir Zok	<i>CEO N3XT SPORTS</i>
Thierry Sequeira	<i>CEO Massive Rockets Limited</i>

## Temi affrontati

<p><b>L'importanza della trasformazione digitale</b></p>	<p>Le nuove tecnologie hanno cambiato il modo di affrontare la vita quotidiana e il commercio. Occorre introdurre nuove tecnologie, implementare quelle attuali, modificare i modelli e i processi di business. Ma per sfruttare questa tendenza in tutte le sue potenzialità è necessario partire da un cambiamento culturale. Quali sono le caratteristiche della trasformazione digitale e come è possibile sfruttarle correttamente?</p>
<p><b>Trasformazione digitale interna</b></p>	<p>Uno degli aspetti maggiormente sottovalutati dei progetti di trasformazione digitale avviati da molte aziende è rappresentato dal loro impatto sulle dinamiche di comunicazione interna. Nella maggior parte dei casi, l'introduzione all'interno di un'organizzazione di nuove tecnologie, così come l'attivazione di nuovi processi operativi, ha come risultato diretto una circolazione più veloce delle informazioni al suo interno. Come è possibile implementare questi processi?</p>
<p><b>Trasformazione digitale esterna</b></p>	<p>Il mondo è cambiato tremendamente ottenere più informazioni possibili nel modo più rapido è un mantra. La tecnologia ha portato a numerosi cambiamenti. Per esplorare il valore delle tecnologie emergenti è importante che ciascun player adotti una Data Strategy in linea con gli obiettivi aziendali e segua i fondamentali di una strategia di crescita: identificare, costruire, assicurare e convertire.</p>
<p><b>Customer Relationship Management e la sua funzionalità all'interno del processo decisionale aziendale data-driven</b></p>	<p>Il processo decisionale basato sui dati (data-driven decision making - DDDM) è definito come l'utilizzo di elementi concreti, metriche e dati per orientare il processo decisionale aziendale in linea con obiettivi, scopi e iniziative. Per l'organizzazione è necessario rendere il processo decisionale data-driven (basato sui dati) una prassi, creando una cultura che promuove il pensiero critico e la curiosità. A tutti i livelli, i dialoghi tra le persone cominciano dai dati e le competenze sui dati sono sviluppate attraverso la pratica e l'applicazione.</p>