

Innovazione & trasformazione digitale nel management sportivo

5° modulo:

I FAN, GLI SPONSOR E LA TECNOLOGIA

7 - 8 maggio 2021

Modalità online - Piattaforma Microsoft Teams Edu

7 maggio		
15.00 - 17.00	<i>Contenuti digitali: coinvolgere e monetizzare la fan base</i>	Simone Tomassetti
17.00 - 18.00	<i>Come il calcio attraverso la trasformazione digitale può contribuire all'evoluzione del paese</i>	Carlo Nardello
18.00 - 19.00	<i>Sviluppo tecnologico e "fan experience"</i>	Motasem El Bawab
8 maggio		
09.30 - 11.30	<i>La telecomunicazione nella sport industry: connettività degli impianti sportivi e del marketing b2c</i>	Paolo Antonietti
11.30 - 13.30	<i>Sponsorship Activation</i>	Rosolino Amenta

Relatori

Simone Tomassetti	<i>Strategic Partnership at Twitter</i>
Carlo Nardello	<i>Chief Strategy Business Development and Tranformation Officer at TIM</i>
Motasem El Bawab	<i>Head of Digital at FIVB</i>
Paolo Antonietti	<i>Associate Partner Sport Innovation at P4I - Partners for Innovation (Digital 360)</i>
Rosolino Amenta	<i>Head of International Business Development at Atlético De Madrid</i>

Temi affrontati

<p><i>Dal coinvolgimento alla monetizzazione dei fan</i></p>	<p>Nel contesto sportivo attuale il coinvolgimento del fan è diventato un must have in quanto il fan è sempre più una source di ricavi e nucleo delle attenzioni degli stakeholders del mondo sportivo.</p> <p>La digitalizzazione ha influenzato questa tendenza e, per certi versi, rende più facile l'interazione con l'utente però al tempo stesso l'utente-tifoso è sommerso da una mole di contenuti tale da generare una confusione e un disorientamento.</p> <p>Vediamo quale è il journey del fan dal coinvolgimento alla fidelizzazione e monetizzazione.</p>
<p><i>Come il calcio attraverso la trasformazione digitale può contribuire all'evoluzione del paese</i></p>	<p>Il calcio è spesso stato traino di innovazioni per tutto l'universo nazionale sportivo e non.</p> <p>Dati i costanti investimenti nel mondo sportivo, la trasformazione tecnologica e digitale del calcio può essere un esempio pilota e ispirazionale per il tessuto economico nazionale.</p>
<p><i>Sviluppo tecnologico e "fan experience"</i></p>	<p>Come conseguenza della rivoluzione digitale e quindi del cambiamento di molti settori, anche il tifoso sta cambiando. Stiamo assistendo alla nascita del tifoso 4.0. A quest'ultimo non basta più vedere la partita e tornare a casa, vuole essere coinvolto, vuole sentirsi protagonista. Infatti molte strategie delle società sportive stanno mettendo al centro di tutto il tifoso.</p> <p>Vediamo come la fan experience diventa un driver fondamentale nella corsa al fan engagement</p>
<p><i>La telecomunicazione nella sport industry: connettività degli impianti sportivi e del marketing b2c</i></p>	<p>Il mondo delle telecomunicazioni è stato spesso connesso a quello sportivo attraverso sponsorizzazioni. Come le telecomunicazioni si impegnano nel mondo sportivo per garantire una sempre più rapida e costante connessione con i tifosi?</p> <p>Gli impianti sportivi diventano "smart", come può interagire e intervenire il mondo delle telecomunicazioni?</p>
<p><i>Sponsorship Activation</i></p>	<p>Le attivazioni con gli sponsor in virtù della trasformazione tecnologica e digitale diventano sempre più disparate. E' interessante valutare le nuove tecniche di comunicazione che superano la sola esposizione del Logo. L'attivazione dello Sponsor, infatti, si ha quando il pubblico viene messo a contatto con lo Sponsor attraverso delle azioni. Questo aiuta il collegamento con il fan e il suo coinvolgimento. Vediamo in questo intervento l'attività dell'Atletico Madrid.</p>