

16 NOV.
> SMStrategies

Strategy & Creativity
Salone del Podestà

Advertising
Sala Re Enzo

Analytics
Sala del Quadrante

TikTok & Instagram
Sala Atti

08:30 / 09:30

ACCREDITAMENTO

09:30 / 09:45

Plenaria (Salone del Podestà)

Apertura Social Media Strategies - Cosmano Lombardo e Giorgio Taverniti

09:45 / 10:05

Il Content Marketing al servizio della Customer Journey - Giorgio Soffiato, Marketing Arena Spa

10:05 / 10:25

Panoramica dei Social Media e scenari futuri - Michela Lombardo, Search On Media Group

COFFEE BREAK

10:50 / 11:35

Davide Bertozzi

Che fine hanno fatto i piani editoriali?

Roberta Carlesso

Awareness su Meta: come misurarla, consigli e vantaggi della collaborazione con creators

Orazio Spoto

Instagram e i predatori delle analitiche inutili

Lucia Guerra

L'influencer marketing nel tuo piano strategico

11:40 / 12:25

Pietro Fruzzetti

Brand Asset Canvas: un metodo efficace e immediato per rendere il tuo brand memorabile!

Chiara Landi

TikTok e discovery commerce: come aumentare il ROAS grazie al metodo full-funnel

Francesco De Nobili

Linkedin funnel Analytics: il percorso dall'analisi alla vendita

Roberto Nardini

Cosa funziona su Instagram? Come gestire al meglio il social più tiktokizzato della storia

12:30 / 13:15

Valentina Turchetti

Linkedin Power: come fare Lead Generation con LinkedIn

Michael Vittori

Microdati su Facebook Ads: analisi e ottimizzazione per massimizzare le performance

Francesco Quarneti, Simone Bocchetta

Come un mostro di Frankenstein può diventare compliant e aiutare nelle performance

Silvia Signoretti

Una boomer su TikTok. Oltre 200 giorni di studi: cosa ho imparato e cosa dovrete sapere

PAUSA PRANZO

14:45 / 15:30

Nicolò Di Vito

Video Reel e TikTok, un nuovo mondo di Creatività originali per il tuo messaggio di Brand

Andrea Cecchetti

Il Metodo Give Value per fare Lead Generation con LinkedIn Ads

Ugo Benini

Cobranded content - Il social come Media

Paolo Ratto, Melania Tacchella

Hacking TikTok: un duetto tra GenZ e GenY per sviscerare tutto quello che non avete capito

15:35 / 16:20

Rossella Pivanti

Come presentare un progetto podcast e farselo approvare!

Alessandro Frangioni

Lookalike su Facebook Ads: 10 esempi ninja per eCommerce + Bonus sullo Scaling dei Lookalike

Luca Bove, Veronica Rizzo

Misurare i risultati da Google Business Profile: insights interni, Search Console ed altro

Elena Farinelli

IG, TikTok, Youtube: dai reel agli short video, com'è cambiato lo storytelling social nel 2022

COFFEE BREAK

16:45 / 17:05

Enrico Gualandi

BeReal, crescita e prospettive del social media "senza filtri"

Ludovica Mattioli, Elsa Santamato

MyToyBoy e MyHappyToy Mascara: come lanciare un prodotto beauty grazie ai social

Federica Brancale

Analisi social: quali dati guardare tra KPI e vanity metrics

Gabriele Figs

Social Advocacy: da dipendente ad ambassador per creare valore dentro e fuori l'azienda

17:10 / 17:30

Emanuele Budroni

Sampdoria: come affronta il mondo digitale una squadra di Serie A?

Giulia Rusca

+460% lead in 20 giorni: il caso Haier Condizionatori

17:35 / 17:55

Plenaria (Salone del Podestà)

I personaggi chiave del mio Advertising su Meta - Enrico Marchetto, Noiza

17:55 / 18:15

Il pricing ottimale per i Social Media Manager - Luca La Mesa, Social Media Expert

18:15 / 18:35

Il fantastico NUOVO mondo del Business Manager e Business Suite di Facebook - Angelo Marolla, Search On Media Group



17 NOV.
> SMS + SMConnect

Social & Search
Marketing Strategy
Salone del Podestà

Video Creation &
Deep Tech
Sala Re Enzo

Tool
Sala del Quadrante

E-commerce
Sala Atti

08:00 / 09:00

ACCREDITAMENTO

09:00 / 09:10

Plenaria (Salone del Podestà)

Apertura della seconda giornata - Cosmano Lombardo e Giorgio Taverniti

09:10 / 09:30

Google Business Profile per Social Media Manager - Luca Bove, Local Strategy

09:35 / 10:20

Marco Volpe

Le piattaforme social delle nicchie

Matteo Bortolotti

Raccontati come un grande film: 10 trucchi da cinema per scrivere video memorabili

Massimo Vichi

LinkedIn Business Manager per gestire le Company Page e Account Pubblicitari

Francesca Bernini

Discovery commerce e performance: come muoversi in gestioni inserzioni di Meta

10:25 / 11:10

Carlotta Carucci

L'analisi di un post emotional crafted tra storytelling, creatività e fattore umano

Silvia Bevilacqua

Sopravvivere ai video brevi: app, strumenti e modelli per creare video seriali per i social

Flavius Florin Harabor

Telegram con Premium metti il turbo alla tua comunicazione

Deborah Zorzi, Nicola Ferrari

Lost in social commerce: tra ispirazione ed entertainment

11:15 / 12:00

Valentina Vellucci

B2b social strategy. Le sfide che il B2B ancora non ha il coraggio di affrontare

Matteo Gazzarri

Come progettare campagne video efficaci, efficienti e on budget, dai social alla TV

Alessandro Mazzù

Registrare interviste audio e/o video da remoto: il software (anche) gratuito di qualità

Gianmarco Tonini

Shopify e Facebook Ads: come sfruttare al meglio la sinergia tra le due piattaforme

COFFEE BREAK

12:25 / 12:45

Creator Economy: tra passione, creatività e valori - con Raissa&Momo, Casa Surace, Laura Gusmeroli

12:45 / 12:50

Saluti Istituzionali - Massimo Bugani, Assessore all'Agenda digitale del Comune di Bologna

12:50 / 13:20

Dibattito sul Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro del Digital-Tech

PAUSA PRANZO

14:50 / 15:05

Plenaria (Salone del Podestà)

Presentazione SMConnect - Cosmano Lombardo e Giorgio Taverniti

15:05 / 15:25

Il futuro delle strategie di tracciamento nella Digital Analytics - Marco Quadrella, Search On Media Group

15:25 / 15:45

Il futuro delle strategie di Advertising con Google ADS - Gabriele Benedetti, Search On Media Group

COFFEE BREAK

16:10 / 16:55

Veronica Rizzo

Le evoluzioni di Google in ambito Local: strategie di Local Marketing e Local SEO

Alessandra Pagliai

Creazione di una dashboard SEO/SEA con Data Studio per l'ottimizzazione della Search Olistica

Giusi Lombardo

E il navigar m'è dolce in questi Report

Giovanni Cappellotto

Il controllo del brand è la chiave per una ottima presenza sui marketplace

17:00 / 17:45

Fili Wiese

Why URLs matter for Google, by ex-Google engineer



Piersante Paneghel

I costi e i rischi nascosti della Link Building aggressiva

Alessio Turriziani

Analisi SEO più ragionate: per agenzie e freelance che non si accontentano

Mariachiara Marsella

Non basta un e-commerce per vendere online, e nemmeno più la vecchia SEO

17:50 / 18:35

Gianluca Fiorelli

Oh My MUM, parte 2. SEO per il Messy Middle nell'era degli algoritmi basati in IA

Alessio Pomaro

Realizzare un tool SEO per creare espressioni regolari automaticamente usando l'AI e GPT-3

Enrico Altavilla

Obsolescenza SEO: quando l'AI fa meglio degli umani

Simone Rinzivillo

SEO Strategy per e-commerce: dettagli che fanno la differenza

18:40 / 19:00

Flavio Mazzanti

Dalla Keyword Research al Search Intent: dove la SEO vince la sua gara

Giovanni Sacheli

Redirect - si danno per scontati, ma c'è sotto tanta teoria

Giacomo Zecchini

Session Isolation e rendering delle pagine web

Ivan Cicconi

Come abbiamo portato un e-commerce a +33% di conversioni e +44% di revenue Paid in 3 mesi

19:05 / 19:25

Stefano Salvadori

Amazon + e-commerce, la strategia per aumentare le vendite nel 2023

18 NOV.

> **SMConnect**

SEO
Salone del Podestà

Analytics
Sala Re Enzo

Content Marketing
Sala del Quadrante

Advertising
Sala Atti

08:30 / 09:30

ACCREDITAMENTO

09:30 / 09:50

Plenaria (Salone del Podestà)

Link Building nel 2022 – Come si stanno muovendo i brand italiani – Paolo Dello Vicario, ByTek

09:50 / 10:10

Multisearch di Google: la multimodalità è il futuro delle interfacce uomo-macchina – Alessio Pomaro, Site by Site

10:10 / 10:30

Scenari e Futuro dell'E-commerce – Francesco Chiappini, Ecommerce School

COFFEE BREAK

10:55 / 11:40

Martino Mosna
Riscopriamo il Pagerank

Federica Brancale
Analisi e progettazione dell'architettura informativa tra SEO, UX e CRO

Giuliano Trenti
Customer journey e ottimizzazione dei contenuti con il supporto del neuromarketing

Gabriele Benedetti
Google ADS e GA4: come ottenere il massimo dalle tue campagne

11:45 / 12:30

Paolo Dello Vicario
Alla fine ci abbiamo visto lungo!

William Sbarzaglia
Esempi pratici di come portare ai tuoi clienti dati azionabili sfruttando Google Data Studio e GA4

Filippo Sogus
Il PED realizzato in ottica SEO va bene, ma il posizionamento?

Gianluca Binelli
MMM & Incrementalità: il dilemma del PPC, risolto

12:35 / 12:55

Elisa Contessotto
Approfondimento sul pannello di Google "People Also Ask": tutti i benefici che ho scoperto finora!

Enrico Pavan
Data Strategy: dal measurement plan all'analisi dei dati, passando per AI e Machine Learning

Elisabetta Barone
Come creare valore per l'utente e per il cliente: il contributo della SEO in un progetto di Inbound Marketing

Walter Del Prete
Campagne Performance Max per la lead generation B2B: l'unione (di segnali) fa la forza

13:00 / 13:20

Rebecca Leporati
Investire su TikTok Ads? Approccio tailor made alla misurazione con Test di Incrementalità

PAUSA PRANZO

14:50 / 15:35

Elisa Paesante
Come analizzare e risolvere la cannibalizzazione di contenuti in ottica SEO

Filippo Trocca
MMM, Conversion Incrementali, Attribution multitouch: presente e futuro della misurazione

Emiliano Sammassimo
Content frequency, una metodologia SEO e Data Analysis per la content strategy

Ezia Benedetto, Tommaso Verzeletti
Logiche e razionali della pianificazione media full funnel, dal brief alla pianificazione delle attività

15:40 / 16:25

Stuart Delta, Luigi Covone
Core Web Vitals: un problema che diventa opportunità.. in 5 minuti

Matteo Zambon
Applicazioni pratiche avanzate di GA4 tra passato (App+Web), presente (GDPR) e futuro (GAX)

Elisa Nardecchia
Analytics e UX Research: come utilizzare i dati per un content marketing efficace

Alessandro Terra
Ottimizzazione delle campagne Performance Max dal feed alle strategie di offerta

COFFEE BREAK

16:50 / 17:10

Gianluca Campo, Demetrio Orecchio
Google alla prova dei fatti: sfatiamo alcuni miti #SEOMythbusting

Paolo Monge
Un framework operativo per l'analisi strategica data driven

Pasquale Silvi
Content curation e indicizzazione sfruttando i Content Marketplace: la SEO incontra Gig Economy

Alex van de Pol
Performance Max: How to Maximize your Profit, instead of Google's

17:15 / 17:35

Ilaria Caroli, Albino Rui
Content Marketing B2B: come posizionare un Brand di nicchia, il caso On Page PIM software

17:40 / 18:00

Plenaria (Salone del Podestà)

Core Web Vitals Design Pattern: Soluzioni Efficaci a Problemi Comuni – Andrea Pernici, Search On Media Group

18:00 / 18:20

Come affrontare le rivoluzioni SEO nel 2023 – Giorgio Taverniti, Search On Media Group

18:20 / 19:00

DIGITAL MARKETING GAME E CHIUSURA EVENTO

