

mediaforum

magazine di comunicazione, marketing e media business

Per ricevere in **Abbonamento** mediaforum

Telefona allo 02 535.98.301 oppure invia una mail a diffusione@growingcm.com

Growing
communication



Interviste Il Gruppo Digtouch offre Data Science a colazione nel prossimo incontro "Start in Touch"

Giunta al quinto incontro, la rassegna "Start in Touch: l'innovazione a colazione", lanciata dal Gruppo Digtouch, società quotata sul mercato AIM Italia e specializzata nel MarTech, approfondirà il tema "Data Science: from chaos to machine learning". L'appuntamento è in programma per venerdì 18 maggio a Milano. «L'obiettivo generale dell'iniziativa Start in Touch è di creare un momento periodico in cui incontrare clienti, stakeholder e player del settore per discutere e confrontarsi sulle tematiche più calde del mercato – spiega a DailyNet Paolo Mardegan, ceo del Gruppo Digtouch –. L'informazione è potere e noi riteniamo che debba essere condivisa, per questo, abbiamo deciso di usare la nostra esperienza per creare dibattiti costruttivi, senza uno specifico fine commerciale, ma di incontro e confronto».

CONDIVISIONE DI KNOW HOW

«Digtouch è un Gruppo che ha investito moltissimo sull'uso efficiente dei dati, che rappresentano un asset cruciale delle nostre attività. Il messaggio che vorremmo far passare è che oggi, l'utilizzo intelligente dei dati, della misurazione, delle fonti, del-

Venerdì 18 maggio la società e uno special guest illustreranno come l'uso dei dati abbia favorito il passaggio da un approccio caotico al machine learning e quali opportunità abbia aperto alle aziende. Lo spiegano a DailyNet il ceo Paolo Mardegan e Luigi Alessandro Longo, head of Intelligence della società



ALESSANDRO LONGO



PAOLO MARDEGAN

di ANNA MARIA CIARDULLO

la reportistica, e così via, è un passaggio fondamentale per i brand, un'ottima bussola per aiutarli a capire dove sono, dove devono andare e come arrivarci. Questo incontro offrirà ai partecipanti informazioni spendibili e metteremo loro a disposizione tutto il nostro know how e quello dei nostri ospiti chiamati per allargare ulteriormente il focus di ogni appuntamento», continua Mardegan.

DAL CAOS AL MACHINE LEARNING

Sul palco dei relatori interverranno Luigi Alessandro Longo, head of Intelligence del Gruppo Digtouch e altri ospiti, per illustrare come il Data Science abbia favorito il passaggio

da un approccio caotico ai dati fino alla precisione del Machine Learning e quali opportunità abbia aperto alle aziende. «Penso che nonostante le opportunità offerte dalla Data Science ci siano ancora molte barriere per i brand che si affacciano al mondo dei dati, la complessità, i costi, le norme e così via, per questo, è necessario investire in formazione, affinché le aziende possano dotarsi di figure professionali preparate e pronte a sfruttare tutti i vantaggi offerti dalla tecnologia. Anche durante il nostro incontro, tenteremo di dare strumenti concreti ai partecipanti, portando anche molte case history e best practice a supporto della parte più

strettamente tecnico/tecnica. Il tutto vuole essere molto concreto con insight davvero spendibili», spiega Longo.

IL PROGRAMMA

Partendo da un excursus storico, infatti, i relatori spiegheranno come si è arrivati ai big data e al machine learning, mostreranno come utilizzare il targeting e la misurabilità come strumenti per comprendere il consumatore e mettere ordine nel caos e illustreranno quali sono le decisioni tempestive da prendere per migliorare il ROI attraverso un'attenta analisi dei dati «Quest'ultimo è uno degli aspetti in cui porteremo il nostro contributo più concreto svelando

la ricetta di Digtouch per ottenere i migliori risultati in termini di ROI grazie, ad esempio, alla nostra dashboard che permette di misurare gli investimenti in tempo reale», aggiunge Longo. Ancora, i relatori dimostreranno come poter efficacemente applicare l'approccio data centric alle strategie di storytelling. Uno special guest, infine, tratterà il tema della visualizzazione e del potere e valore dei dati.

CONQUISTA SFIDANTE

«La trasformazione dei dati in informazioni rappresenta una delle grandi conquiste, e insieme sfide, dei nostri giorni, frutto della profonda evoluzione nel modo di archiviare i dati e di trattarli e dell'implementazione di attività di analisi. Il Data Science sta trasformando il nostro modo di vivere, di lavorare e di pensare il digital marketing. Sarà sempre più importante per le aziende che vorranno mantenersi competitive sul mercato dotarsi di soluzioni in grado di approcciare in modo strategico i dati», conclude Mardegan. Durante l'evento sarà svelato il tema del prossimo incontro e anche una nuova imperdibile iniziativa che il Gruppo Digtouch sta organizzando. L'appuntamento è dalle 9:00 alle 11:00 presso l'Ibis Hotel di Via C. Finocchiaro Aprile 2 a Milano. La registrazione può essere richiesta online dal sito <http://start-in-touch.gruppo-digtouch.it/>.