

CONTENT MARKETING WORKSHOP, SECONDA EDIZIONE

Greg Marketeam si aggiudica la sfida

Si è conclusa martedì 26 maggio, presso la sede dell'Associazione Industriali di Cremona la seconda edizione del Content Marketing Workshop, organizzato durante il corso di Marketing presso la Facoltà di Economia e Giurisprudenza dell'Università Cattolica di Cremona, in collaborazione con il Gruppo Giovani Industriali e otto imprese operanti sul territorio cremonese.

Il progetto di Workshop ha avuto per oggetto l'analisi delle iniziative di comunicazione di marketing, di social media marketing e di digital marketing attualmente realizzate dalle imprese, che si sono rese disponibili alla collaborazione con l'Università. Al progetto hanno partecipato 28 studenti della laurea triennale in Economia aziendale suddivisi in 8 gruppi che, dopo tre mesi di studio e di approfondimento della realtà delle imprese a loro assegnate, sono giunti a formulare la proposta di un piano di content marketing finalizzato a sostenere l'attività commerciale in corrispondenza a ciascuna fase del processo di decisione d'acquisto dei loro potenziali clienti.

Ha aperto i lavori l'Avv. Massimiliano Falanga Direttore dell'Associazione Industriali, portando i suoi saluti ed esprimendo un giudizio molto positivo sull'interessante iniziativa. Ha ricordato come dall'edizione dello scorso anno sia l'Associazione che il Gruppo Giovani hanno preso spunti decisivi per completare e modificare alcuni strumenti di comunicazione e marketing. Questa è un'ulteriore iniziativa dell'Associazione e del Gruppo Giovani, per cercare di avvicinare il mondo della scuola a quello delle imprese.

Il Content Marketing Workshop ha consentito agli studenti del corso di Marketing di mettersi concreta-

Imprese

Fra-bo
Maus italia f.
Agostino & c.
Officine Aiolfi
A. Tec
Nuova
Oleodinamica
Bonvicini
Officina
Meccanica
Fratelli Aramini
Microdata
Service
Digiland the
Office Leader

Gruppi

Ars
B.c.m.
per il futuro
Girls4marketing
Greg
Marketeam
I tre markettari
Marketeam
Marketing
project
Mkt reporters



mente alla prova affrontando situazioni reali presentate da otto imprese industriali e di servizi del territorio cremonese. Gli studenti hanno avuto l'opportunità di far valutare il loro lavoro dagli imprenditori, il che ha rappresentato un'occasione unica per prendere consapevolezza della realtà del mondo del lavoro.

«Si è trattato - ha commentato il prof. Roberto Nelli - di un'autentica sfida che gli studenti hanno affrontato anche con se stessi, per lo sforzo organizzativo all'interno del

gruppo di lavoro, per l'analisi del materiale e per la formulazione della proposta in modo metodologicamente corretto, ma anche adeguato alle esigenze delle imprese. Tutti i gruppi hanno fatto un buon lavoro, affrontando con serietà e impegno la sfida e hanno ottenuto anche un risultato complessivamente molto positivo in termini di valutazione finale».

I progetti sono stati valutati, oltre che dagli imprenditori coinvolti nell'iniziativa, anche da una giuria di professionisti della comunicazione, composta da Alessandra Carminati, research analyst nel-

l'ambito del progetto di ricerca Branded Content Lab dell'Università Cattolica; Irene Greguoli, giornalista specializzata in marketing, Roberto Mondellini, comunicatore d'impresa; Fu-

rio Reggente, presidente dei Giornalisti degli Uffici Stampa della Lombardia; Alberto Vivaldelli, responsabile dei contenuti digitali di UPA (Utenti Pubblicità Associati).

Università e impresa

Al progetto, frutto della collaborazione fra Associazione Industriali e Cattolica, hanno partecipato 28 studenti

Chi sono i primi tre classificati

A conclusione delle presentazioni sono stati premiati per la qualità del loro progetto i seguenti studenti che si sono classificati:

Primo posto - Il gruppo delle studentesse (denominato "GREG Marketeam") che hanno analizzato l'azienda MAUS ITALIA, composto Giulia Addis, Rebecca Velluti, Elena Zavatti e Giada Ferrari

Secondo posto - Il gruppo degli studenti (denominato "MKT Reporters") che hanno analizzato l'azienda A.TEC., composto da Michele Granelli, Riccardo Scolari e Thérèse Sara Fracchiolla.

Terzo posto - Il gruppo delle studentesse (denominato "Girls4Marketing") che hanno analizzato l'azienda FRABO, composto da Jessica Giulia Grassi, Flavia Guerini Rocco, Elisa Lotti e Margherita Scarinzi.



Il gruppo 'Girls4Marketing'