

COMUNICATO STAMPA

UPA & Xingu Webinar - Come utilizzare Amazon: partire dall'emergenza per non perdere le opportunità di domani!

MILANO, 3 aprile, 2020: UPA, l'Associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, ha deciso di anticipare alcune iniziative di formazione riservate ai soci al mese di aprile, per dare continuità di supporto alle aziende, fornire contenuti utili ai manager in questa fase di discontinuità operativa e trattare con un approccio di formazione responsive le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immediato.

La prima iniziativa riguarda un tema sviluppato in collaborazione con Xingu, società leader in servizi 100% Amazon Focused, ed è rivolto ai Brand che vogliono esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics.

L'appuntamento, riservato alle aziende UPA e ai clienti Xingu, è in programma il 9 aprile 2020 alle ore 11. Per maggiori informazioni info@xingu.tech

Speaker:

- Alberto Vivaldelli, Responsabile Digital, UPA
- Mattia Stuani CEO, Xingu
- Marta De Cunto Strategy Director, Xingu

“Amazon sta modificando il modo di fare acquisti e anche alla luce dello scenario attuale diventa un canale chiave per il successo di un'azienda. La crescita dell'utilizzo dell' e-commerce, oggi dettata dalla necessità e della paura, sta facendo entrare Amazon nelle case degli italiani, aumentando così il numero di clienti digitali che, una volta finita l'emergenza, in parte rimarranno fedeli o saranno, in ogni caso, più propensi al confronto tra i diversi canali distributivi. Entrare nel più grande marketplace online ed essere in grado di emergere diventa sempre più difficile. Affrontare la giungla di Amazon richiede competenza, lo sviluppo di strumenti innovativi nella data analysis e un occhio esperto nella creazione dei contenuti per un canale specifico. In questo webinar si parlerà della crescita attuale del canale a partire dal cambiamento delle abitudini di creatosi con l'emergenza sanitaria legata al COVID-19, di come funziona il mondo Amazon e delle opportunità advertising partendo dagli strumenti di awareness. Ci dedicheremo infine alla lettura dei dati, per fare chiarezza e ordine, tra le diverse fonti e le diverse tipologie”, ha dichiarato Mattia Stuani, CEO di Xingu.

“Ulteriori corsi di formazione dell'associazione, con una partecipazione interamente da remoto o mista, a seconda di come evolverà la situazione del Paese, seguiranno su questo e altri temi, con diversi partner. L'obiettivo dei corsi è quello di fornire alle aziende alcuni spunti utili per riorientare i loro investimenti pubblicitari in questo periodo di crisi dei consumi, piuttosto che semplicemente bloccarli o rimandarli a tempi migliori. A maggio nel frattempo partirà regolarmente la seconda edizione del Master UPA in Data Science per la Comunicazione Commerciale, che prevede fra l'altro per la prima volta la presenza di un rappresentante di Xingu tra i docenti, oltre alla conferma di Google e Omnicom Media Group come partner, affiancati quest'anno da Webranking”, ha dichiarato Alberto Vivaldelli, Responsabile digital di UPA.