



Ci vuole testa per far battere il cuore

23 novembre 2022

Partner



Sponsor



Convergenze e hype nell'ecosistema del metaverso

Giuliano Noci, Responsabile Scientifico Metaverse Marketing Lab

Metaverse Marketing: come si stanno muovendo gli early adopter?

Manuela Balli, Direttrice Metaverse Marketing Lab

Francesco Di Paolo, Coordinatore Metaverse Marketing Lab

Mappatura casi: dimensioni coinvolte



Classificazione dei casi: framework di riferimento

**«Fratello» virtuale
della realtà**

**Ampliamento
della realtà**

**Piattaforma di
eventi**

**Piattaforma di
esperienze di
marca**

SKIN & NFT

Metaverse Marketing: sintesi

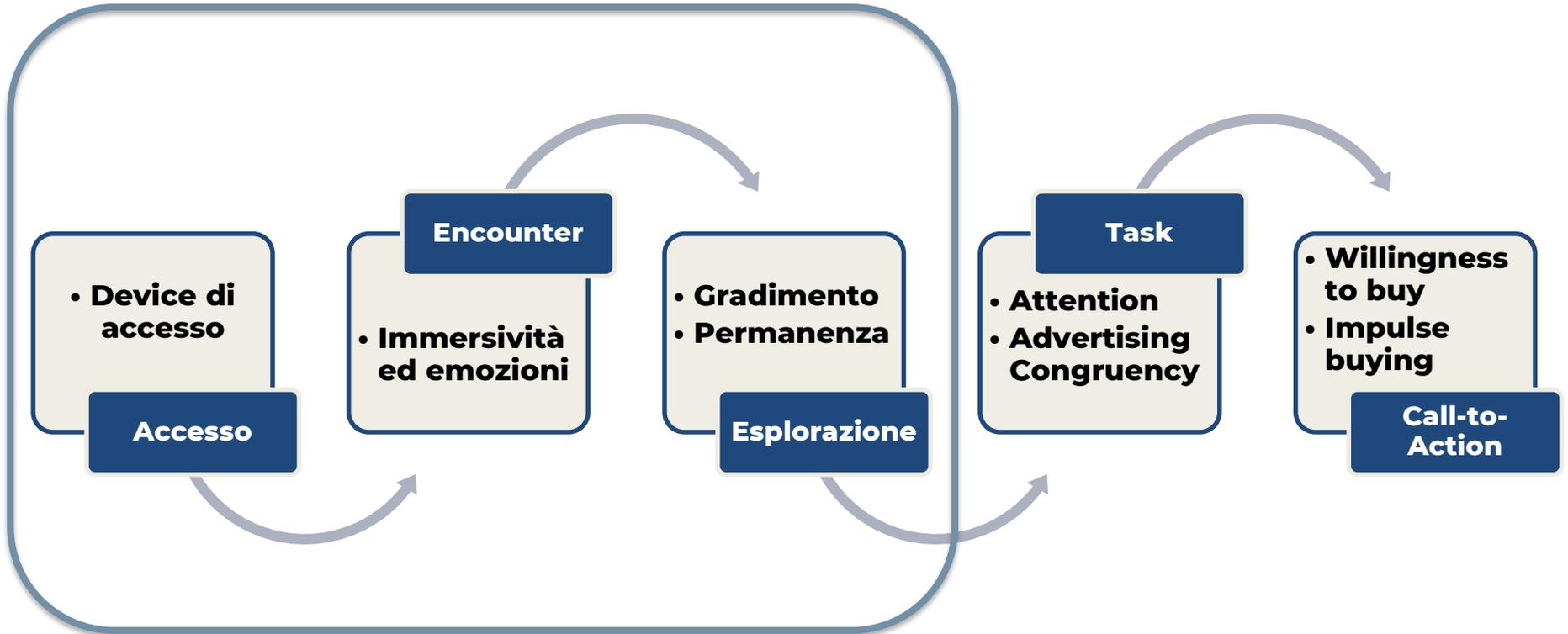
- ✓ **INTRATTENIMENTO & GAMIFICATION → ENGAGEMENT, EXPERIENCE, SOCIALITÀ**
- ✓ **ESTENSIONE E POTENZIAMENTO DELLA REALTÀ**
- ✓ **VERSO UNA STRATEGIA METACANALE**
- ✓ **INNOVAZIONE DEI MODELLI DI BUSINESS**
- ✓ **PRODOTTO & CONTENUTO (WEB2) – ESPERIENZA & INTRATTENIMENTO (WEB3)**

Come si costruisce un'Esperienza Immersiva?

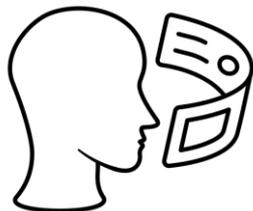
Lucio Lamberti, Responsabile Scientifico Metaverse Marketing Lab

Michele Di Dalmazi, Coordinatore Metaverse Marketing Lab





PRIME CONCLUSIONI

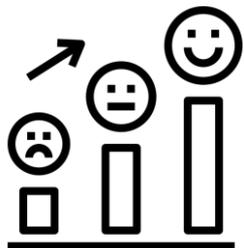


- Rispetto allo schermo, **i visori stimolano un senso di immersione più forte** negli utenti, facendoli sentire più «**presenti**» e attivandoli maggiormente a livello **cognitivo**.



- La presenza indotta da esperienze più immersive è in grado di **stimolare reazioni affettive più intense e soddisfacenti**, e a **gradire maggiormente l'esperienza**.

PRIME CONCLUSIONI



- Le emozioni positive hanno un impatto sul livello di interazione degli utenti con l'esperienza, ma in questo momento è **l'effetto-novità che determina maggiormente il tempo di interazione.**



- L'effetto-novità aiuta, ma **è per sua definizione transitorio.**

Metaverse Marketing Lab



MANUELA BALLI

Direttrice
Metaverse Marketing Lab



LUCIO LAMBERTI

Responsabile Scientifico
Metaverse Marketing Lab



GIULIANO NOCI

Responsabile Scientifico
Metaverse Marketing Lab



FRANCESCO DI PAOLO

Coordinatore
Metaverse Marketing Lab



MICHELE DI DALMAZI

Coordinatore
Metaverse Marketing Lab

RINGRAZIAMO I PARTECIPANTI ALLA TAVOLA ROTONDA



DEMETRIO MIGLIORATI

Head of Innovation
Banca Mediolanum



MAURO STELLA

Responsabile Customer Base
Lifetime value
Plenitude



ANDREA LENZI

Partner
PwC TLS



MASSIMILIANO GUSMEO

Delegato ai progetti sul
metaverso
UNA



ALBERTO VIVALDELLI

Responsabile digital
UPA

SPERIMENTAZIONE LIVE

*Ambiente di sperimentazione live per i
partecipanti durante l'evento*

powered by

COVISIAN
digital


IL SALOTTO DI MILANO
LUXURY EXPERIENCE

I SOSTENITORI DELLA RICERCA

Partner



IL SALOTTO DI MILANO
LUXURY EXPERIENCE



Sponsor



PROSSIMO APPUNTAMENTO



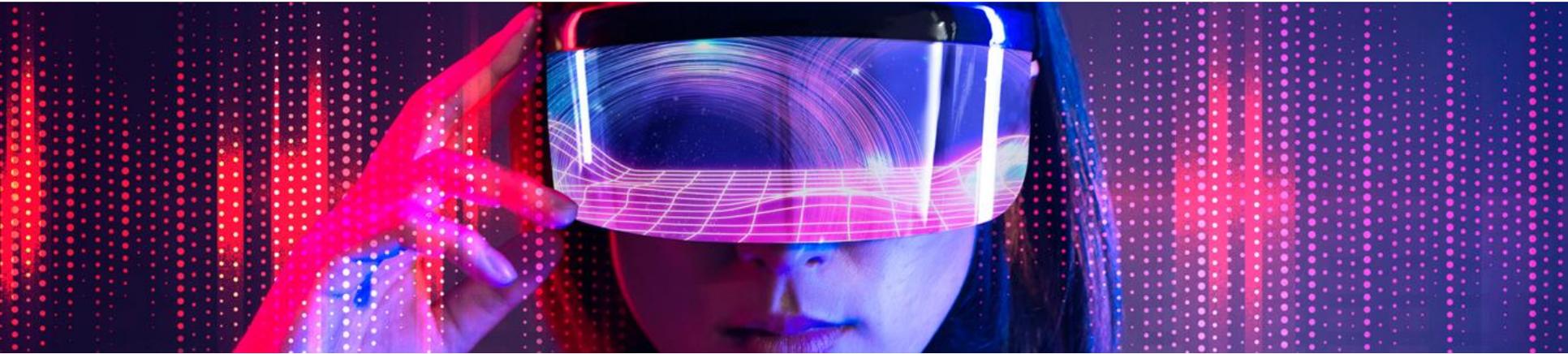
Vi aspettiamo!

Dalle 9:30 alle 12:30



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

Metaverse Marketing Lab



Ci vuole testa per far battere il cuore

23 novembre 2022



metaversemarketinglab-dig@polimi.it