Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

BE-Wizard: il futuro è vendere life-culture, non più brand

notizia pubblicata **15 Aprile 2016** alle ore **15:47** nella categoria **Cronaca**



“La vendita non sarà più la fine del processo, bensì il punto di partenza perché il nuovo successo si ottiene attraverso la capacità delle aziende di connettere i clienti tra loro, facilitandoli a condividere le proprie passioni allo scopo di rendere migliori le loro vite. Proprio a questo serve il potere del network, dei dati e della tecnologia ed è proprio attraverso le communities che si potrà accrescere il desiderio e l’appeal di un brand, di un prodotto e di un servizio”. Lo ha detto Peter Fisk consulente per i big players del business globale, aprendo l’8° edizione di BE-Wizard!, in corso fino a domani al Palacongressi di Rimini. “Cosa fare per rendere la vita dei propri clienti migliore è la domanda – conclude Fisk – da cui partire per ripensare il proprio business, in un mondo che sta cambiando e continuerà a cambiare radicalmente e rapidamente”. Fisk ha concluso portando ben 99 esempi di aziende che hanno già innovato e che stanno cambiando il mondo.

La mattinata è proseguita con gli interventi di Mathew Sweezey direttore marketing under 35 di SalesForces, azienda leader a livello mondiale in fatto di automazione digitale: “In mondo automatizzato è l’autenticità che fa vincere, ecco perché in questo mondo globale bisogna pensare in termini individuali”.

La prima mattina si è chiusa con lo speech di Gary Angel secondo cui “Spostare il focus dal business alle persone è la strategia giusta”. Dalla teoria alla pratica con il caso di BlaBla Car, la più grande community di Ride Sharing al mondo, attualmente presente in 22 Paesi nel mondo e oltre 1 milione di iscritti al mese grazie al suo modello di business fondato sulla condivisione, come ha illustrato ai partecipanti Andrea

Saviane country manager Italia.