



APPUNTAMENTO AL CROWNE PLAZA HOTEL DI MILANO IL 17 E 18 MARZO

## Was 2009, procedono i preparativi

LA WEB ANALYTICS AL CENTRO DI DIBATTITI E INTERVENTI. ERIC PETERSON PER LA PRIMA VOLTA IN ITALIA

**P**rocedono i preparativi di **Was 2009**, il primo appuntamento italiano (17 e 18 marzo, Business Center Crowne Plaza Hotel, Milano Linate) in cui i professionisti della web analytics e del marketing digitale discuteranno un'agenda ricca di tematiche innovative e di grande interesse, sia per i partecipanti sia per gli operatori del settore. Agli aspetti salienti della web analytics sono state accostate anche le molteplici contaminazioni che la animano e le grandi innovazioni che caratterizzeranno il prossimo futuro dei media digitali. La presenza di speaker di alto profilo, l'attenzione riposta alla preparazione dei singoli interventi e il taglio prettamente educational dell'evento, rappresentano la grande sfida e l'innovazione di Was. Alcune novità: grazie all'intervento di **Laura Paxia**, director at large della **Web Analytics Association**, la più autorevole associazione di settore, Was 2009

ha ottenuto il patrocinio della Waa e di altre autorevoli associazioni e la presenza, per la prima volta in Italia, di **Eric Peterson**, padre e guru della web analytics. Attorno a Peterson e con il contributo di autorevoli professionisti italiani tra cui **Mauro Lupi**, **Marco Loguercio**, **Salvatore Ippolito**, **Cosimo Accoto**, **Marco Rivosecchi** e tanti altri, è

stata tessuta un'agenda lavori di grande interesse e livello scientifico. I due giorni di conference mirano a evidenziare gli aspetti legati alla misurabilità dei media digitali e alle campagne pubblicitarie online, declinandone, anche con esempi concreti, tutti i vantaggi e le opportunità. Il monitoraggio delle conversioni provenienti dalle campa-

gne di e-mail marketing, dai search engine, dai social network e dall'innovativo mobile marketing, rappresentano soltanto alcuni degli elementi di grande interesse di cui si discuterà all'evento. A supporto degli elementi teorici trattati dai guru, è stata organizzata un'area Expo & Coffee per offrire ai partecipanti anche momenti di approfondimento tecnico e operativo con gli operatori del settore che presenteranno, proprio a Was, interessanti novità tecnologiche. Workshop tematici sponsorizzati rappresenteranno un'ulteriore occasione per conoscere in anteprima prodotti e servizi legati alla Web Analytics. L'obiettivo di Was 2009, già raggiunto in agenda, è quello di creare un momento di valore tecnico scientifico capace di accostare le aziende ai servizi e alle tecnologie che caratterizzano, già oggi, il marketing digitale e alle sue straordinarie e innumerevoli opportunità.

### La platea dei partecipanti

- **Eric Peterson** - Padre della Web Analytics, Speaker di fama mondiale
- **Laura Paxia** - Director at Large & Member of WAA Board of Directors
- **Marco Loguercio** - Fondatore e Amministratore Unico di SEMS
- **Mauro Lupi** - Presidente e co-fondatore di Ad Maiora
- **Cosimo Accoto** - Ricercatore di New Audiences, Digital Customers e Software Studies
- **Giuseppe Fragola** - CEO ImetriX Media Analytics
- **Stefano Marioni** - Founder & President di Extrapola Group
- **Marco Rivosecchi** - Founder & President di Kiwari
- **Salvatore Ippolito** - Sales Director di Microsoft Advertising Italia
- **Massimo de Magistris** - Digital Solution Director di Microsoft Advertising Italia
- **Ralf Haberich** - Responsabile Marketing Europe Nedstat
- **Maurizio Fionda** - Founder and CEO Diennea
- **Fabio Ricci** - Consulente e Sviluppatore di applicazioni Web e Mobile
- **Sean Carlos** - Presidente Antezeta e Docente alla British Columbia University
- **Sasha Monotti** - Founder di BlogMeter
- **Silvia Gilotta** - Eye-Tracking Product Manager in srlabs

## Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

AUTO SCOUT 24  
www.autoscout24.it

Marina e Pietro,  
sposati da 5 anni.  
Cercano una  
monovolume a GPL.

Marco, 30 anni,  
sportivo.  
Cerca una 4x4.

Da 10 anni il punto di riferimento per la ricerca di auto online: [www.autoscout24.it](http://www.autoscout24.it)

80 milioni di pagine, 1,3 milioni di utenti unici che navigano per oltre 16 minuti (Fonte: nielsen SiteCensus settembre 2008)

AutoScout24 Italia S.r.l. Via Pordenone 8, 20132 Milano (Italy) - Responsabile Advertising Michele Mango, T. 02 21080829, F. 02 21080837 [mmango@autoscout24.it](mailto:mmango@autoscout24.it)

10 ANNI