



## ***DM expo...non solo vetrina***

**12-14 maggio 2010 – fieramilanocity**

*Un piano convegnistico messo a punto dal comitato scientifico rende DM expo, la prima manifestazione italiana che si dedica a tutto tondo ai temi del direct marketing e dei relativi strumenti per attuarlo attraverso illustri esponenti del mondo accademico, della ricerca e dell'impresa*

**Milano, 1 febbraio 2010** - Mancano poco più di tre mesi all'apertura di **DM expo - Direct & Relationship Marketing**. Nel capoluogo lombardo dal **12 al 14 maggio**, il capiente raccogliatore affianca contenuti e spazi espositivi interamente dedicati al mondo del direct marketing.

La natura di questa manifestazione colma la grande lacuna nel panorama fieristico italiano e dà nuove opportunità agli operatori del settore di interpretare le dinamiche del DM. Per permettere una fruibilità a tutto tondo, **DM expo** si avvale delle sinergie con i due saloni concomitanti, **Inprinting** e **Omnicom Expo**, di cui è l'ideale anello di congiunzione.

Oltre agli spazi espositivi, in cui il visitatore può interfacciarsi direttamente con l'offerta per dimensionare sulle proprie necessità le possibilità offerte dal direct marketing nelle sue varie sfaccettature, **DM expo** sulla scorta delle esperienze di grande successo delle due fiere limitrofe, propone un piano di convegni in cui saranno trattati argomenti volti a comprendere il mercato, le sue tendenze, le modalità con cui approfittare del marketing diretto e personalizzato.

Il piano è stato delineato dal comitato scientifico, di cui fa parte **AISM** (Associazione Italiana Studi Marketing), che ha dato il proprio patrocinio a DM expo e Omnicom Expo e che ha individuato tre filoni portanti che mettono sotto la lente di ingrandimento i temi della creatività, del web marketing e del direct marketing su cui costruire il palinsesto convegnistico dei due saloni.

Ognuno di questi momenti gode della presenza di illustri esponenti del mondo accademico, del mondo delle imprese e della ricerca.

A DM expo **venerdì 14 maggio** è previsto il convegno particolarmente illuminante

### ***Marketing & Direct: un'esperienza vincente?***

Il panel dei relatori si presenta alquanto composito, avvalendosi di personalità conosciute a livello nazionale e internazionale che porteranno conoscenze teoriche tradotte in esperienze dirette e pratiche: informazioni ad alto valore aggiunto per coloro che intendono avvicinare le tecniche di DM puntando al ROI.

Il convegno si propone di affrontare due macro temi, Marketing e Direct, e approfondisce gli strumenti di Marketing.

In presenza di utenti sempre più capaci di reperire in modo autonomo informazioni e meno disposti a subire messaggi promozionali generici, per le aziende diventa fondamentale conoscere quali concrete possibilità sono oggi disponibili per interfacciarsi efficacemente con loro. L'accento viene posto anche sul marketing esperienziale, in quanto mezzo efficace per superare le diffidenze dei consumatori.

[info@dmexpo.it](mailto:info@dmexpo.it) - [www.dmexpo.it](http://www.dmexpo.it)

Segreterie organizzative:

**multimedia tre**

Via Veneto, 49 - 30030 Vigonovo (Ve)  
T. +39 049 9832150 - F. +39 049 9830728

**4IT**  
group

Pl.zo Tintoretto - Via Cassanese, 224 - 20090 Segrate (MI)  
T. +39 02 26927081 - F. +39 02 26951006



Tra i relatori, coordinati da **Enrico Barboglio** (*segretario Xplor Italia*), **Francesco Gallucci** (*1to1 Lab*) con cui si parlerà di Neuromarketing –insieme di metodologie e tecnologie innovative impiegate in molti ambiti della ricerca scientifica ed entrate nella sfera degli interessi del Marketing– e **Roberto Vaccani** (*docente Sda Bocconi*) che esaminerà il complesso rapporto con gli utenti, fatto di relazioni che non si esauriscono la scelta di una tecnologia a supporto. La comunicazione non avviene solo tramite web e non si limita al mero trasferimento di informazioni. Il processo è ben più ampio e la componente relazionale riveste un'importanza notevole.

Con la partecipazione a questo convegno e grazie al confronto di esperti del mondo della comunicazione e delle relazioni, la platea potrà guardare da prospettive originali il proprio business, trovando alcune risposte e sicure tracce per uscire dal difficile momento congiunturale.