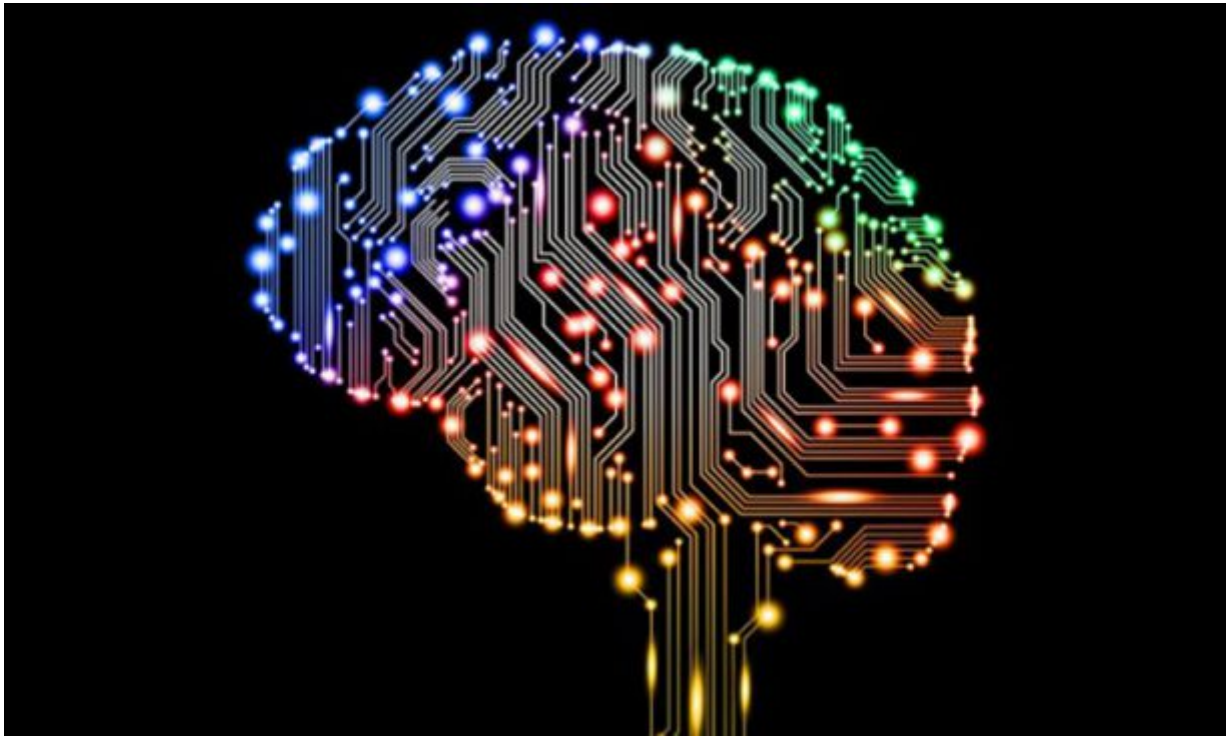


Il Ciset protagonista a BTO con focus su AI e neuromarketing

notizia pubblicata 11 Marzo 2019 alle ore 10:51 nella categoria **Eventi**



Hospitality, Destination, Digital Strategy e Food&Wine Tourism. Sono i 4 ambiti su cui si declina l'11ª edizione di BTO, la Borsa del Turismo Online, che quest'anno si svolgerà il 20 e 21 marzo alla Stazione Leopolda di Firenze. Tema trasversale l'"Essere Smart", ossia come sviluppare servizi digitali innovativi, in grado di migliorare l'esperienza dei viaggiatori, la gestione delle destinazioni, il management e il marketing delle imprese del settore.

Il Ciset, il Centro Internazionale Studi sull'Economia del Turismo dell'Università Ca' Foscari di Venezia, sarà protagonista della due giorni.

Si comincia il 20 marzo alle 10.40, con un panel su 'Beyond the buzzword: come usare l'intelligenza artificiale per potenziare il proprio business', moderato da Valeria Minghetti, ricercatore senior del Ciset e membro dell'Advisory board di BTO, insieme a Rodolfo Baggio dell'Università Bocconi. Negli ultimi 10 anni, l'avvento dell'innovazione tecnologica ha facilitato la generazione di sistemi intelligenti, che integrano hardware, software e tecnologie di rete e consentono un uso efficace delle informazioni. L'introduzione dell'AI rappresenta una grandissima opportunità, ma quanti sanno esattamente di cosa si tratta? Quali sono le sue applicazioni attuali? E soprattutto, perché le imprese turistiche dovrebbero investire in AI? Per dare risposta a questi interrogativi e aiutare gli operatori del settore ad aggiornarsi, tre saranno gli esperti a confronto: Raffaele Calegari, Chief Strategy Officer DCG.net; Stefano Santucci, CEO & Owner Enuan;

Osvaldo Mauro, AI Director & Co-founder AdsHotel, che racconteranno la loro esperienza concreta per illustrare come migliorare distribuzione, customer service e customer experience.

Il 21 marzo alle 9.15, sarà la volta del neuromarketing. Neurowebdesign e Ciset, insieme a Booking.com, organizzano un workshop dal titolo "Che ruolo hanno le emozioni quando cerchiamo, valutiamo e prenotiamo un viaggio?". Si illustreranno le modalità con cui la psicologia e le neuroscienze sposano il marketing per aiutare le imprese e le destinazioni ad approfondire il tema della user experience e a comprendere come ottimizzare il proprio sito web e aumentare il tasso di conversione. Insieme ai partecipanti verranno analizzati tutti i passaggi tipici del processo di acquisto, mettendo in risalto il coinvolgimento emotivo dell'utente e come rilevarlo in modo scientifico.

Non solo: saranno discussi alcuni casi concreti e data la possibilità di mettere in pratica le nozioni apprese. Sul palco Federica Montaguti, ricercatore senior del Ciset; Serena Giust, UX writer e team leader in technology Booking.com; Stefano Civiero e Nicola Trentin, rispettivamente co-founder e UX & Neuromarketing Researcher di NeuroWebDesign. Moderano Luca Vescovi, Co-Founder & Solution development manager Jampaa.it e membro dell'Advisory Board di BTO, insieme a Robert Piattelli, Co-founder BTO Educational. A fine workshop verrà consegnato un attestato di partecipazione.

Programma: <https://www.buytourisonline.com/programma/>

Tickets: <https://shop.buytourisonline.com/negotio/>