



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

Designed by



Empowered by



With the participation of



Aperte le iscrizioni al corso “Customer engagement & narrative communication” organizzato da School of Management dell’Università Statale di Milano in collaborazione con Reti SpA

Primo in Italia, il corso executive è rivolto ai professionisti e ai manager del marketing e della comunicazione per scoprire le potenzialità degli ambienti virtuali dei videogames e costruire nuovi legami con i consumatori.

Milano, 4 febbraio 2022 – Sono aperte le iscrizioni al corso executive “**Customer engagement e narrative communication**”, proposto dalla **Milano School of Management (MiSoM) dell’Università Statale insieme a Reti SpA**, per rispondere alla necessità di professionisti con competenze innovative e transdisciplinari nell’ambito del marketing e della comunicazione.

Prima e unica esperienza di questo genere in Italia, il Corso aiuta a interpretare i riferimenti culturali innovativi, basati sull’interazione e la comunicazione nell’ambiente virtuale, per applicarli al business e alla relazione tra brand e consumatori oltre che alla brand experience.

Le dinamiche relazionali che stanno acquisendo progressiva centralità negli ecosistemi della comunicazione e del marketing richiedono, infatti, competenze nuove e transdisciplinari: **i paradigmi interattivi della narrazione distribuita, dei videogiochi e dell’intrattenimento mostrano grande potenziale di sviluppo** per un mondo nel quale il coinvolgimento e la partecipazione dei consumatori sono diventati fattori critici per il successo, come dimostrato dalla nascita e diffusione degli NFT e del Metaverso.

In questo contesto, lo storytelling e il brand storytelling diventano strumenti per condividere esperienze e valori, creare consapevolezza, promuovere loyalty e retention, attraverso esperienze immersive nelle quali il consumatore partecipa alla narrazione attivamente. Per sfruttare efficacemente le opportunità offerte dai media contemporanei, è tuttavia necessario per i professionisti del marketing e della comunicazione padroneggiarne perfettamente le logiche e comprenderne le profonde implicazioni.

“L’interattività e la commistione con realtà virtuali di intrattenimento sempre più influenza le nostre vite, e la costante crescita di questo fenomeno è stata solamente acuita e velocizzata dagli effetti della pandemia. Le imprese hanno la necessità di arricchire il colloquio coi consumatori attraverso esperienze coinvolgenti e interattive, basate sul linguaggio dell’intrattenimento digitale che è la realtà quotidiana per più di 3 miliardi di persone, numero destinato ad aumentare”, dichiara **Laura Anna Ripamonti**, course director, e responsabile e co-fondatrice del laboratorio di ricerca PONG – Playlab fOr InNovation in Games dell’Università degli Studi di Milano.

Il Corso attinge alle eccellenze formative presenti in Statale nell’ambito dei Videogames ed è organizzato in collaborazione con **Reti**, azienda IT specializzata in servizi di System Integration, che adotta concretamente video game, storytelling interattivo e tecniche di narrative communication nelle proprie pratiche organizzative. L’innovazione tecnologica e la ricerca coniugate al reticolo di legami e relazioni intessute per stimolare la partecipazione attiva e la cooperazione sono infatti alla base dei principi fondanti dell’azienda. Reti ospiterà nel proprio campus le lezioni del corso in un’ottica di contaminazione e scambio di esperienze e idee.



Bruno Paneghini, Presidente e Amministratore Delegato di Reti, dichiara: *“In questi ultimi anni l’ecosistema digitale ha varcato e costruito nuovi mondi, coinvolgendo un pubblico sempre più numeroso e al tempo stesso selettivo ed esigente. Oggi le aziende non possono più permettersi di rimanere ai confini di queste nuove realtà digitali perché non soltanto fanno parte della quotidianità, ma anche perché permettono di costruire un rapporto più stretto ed esclusivo con il consumatore e i propri dipendenti. Alla base di questo sistema in continua evoluzione – prosegue Paneghini - occorre però fare formazione e aggiornarsi continuamente. Siamo, dunque, orgogliosi di poter mettere a disposizione il nostro know-how e la nostra sede, rendendoci parte attiva di questo importante progetto”.*

Il corso vede anche il coinvolgimento di **Nintendo**, che offrirà una preziosa insight sulle sinergie tra interactive storytelling, marketing, mondi virtuali e videogiochi.

Le lezioni iniziano ad aprile, organizzate in 3 moduli da 8 ore, e sono rivolte a professionisti in diversi settori di mercato e posizioni, coinvolti nelle attività di analisi delle strategie di riposizionamento del brand per attrarre nuovi target di mercato e costruire nuovi legami e brand loyalty.

PER INFORMAZIONI E ISCRIZIONI:

<https://misom.unimi.it/formazione-a-catalogo/customer-engagement-e-comunicazione-narrativa/>

MISOM è la School of Management dell’Università degli Studi di Milano: la caratteristica natura multidisciplinare dell’ateneo fornisce alla School, nata a fine del 2021, un mix unico di docenti e professionisti che permette di integrare competenze teoriche con il know-how pratico di esperti in una ricchissima gamma di discipline.

<https://misom.unimi.it/>

Costituita a Busto Arsizio nel 1994, **Reti (RETI:IM – ISIN IT0005418204)**, B Corp e società benefit quotata su Euronext Growth Milan, è tra i principali player italiani nel settore dell’IT Consulting, specializzata nei servizi di System Integration. Con oltre 300 professionisti altamente qualificati, supporta da oltre 25 anni Mid & Large Corporate nella trasformazione digitale, offrendo servizi di IT Solutions, Business Consulting e Managed Service Provider, realizzati attraverso le principali Key Enabling Technologies (KET).

<https://www.reti.it/>