

Assolombarda Lab 2023/ed. 2

DATA SCIENTIST FOR BUSINESS COMMUNICATION

Descrizione

Le figure professionali del *data scientist* e del *data visualization specialist* sono sempre più importanti anche nell'ampio settore della comunicazione d'impresa, soprattutto nelle organizzazioni maggiormente proiettate sulla via dell'innovazione e della trasformazione digitale.

Le aziende richiedono profili in grado di generare, gestire e rendere intellegibili i *business analytics* a supporto delle strategie competitive di comunicazione, per sostenere le decisioni manageriali e indirizzare le scelte dei clienti o dei potenziali clienti.

In questo senso, il *data analyst* delle aziende di comunicazione d'impresa si configura come un professionista in grado non solo di creare e gestire il dato in sé, ma anche di:

1. comprendere pienamente l'importanza strategica della comunicazione *analytics based*, in termini di efficacia e persuasività;
2. progettare presentazioni strutturate per comunicare *insights* in modo chiaro e coerente con l'obiettivo comunicativo;
3. trasformare le informazioni di tipo quantitativo in flussi comunicativi "leggibili" e *friendly*, rendendo i dati (e i messaggi strategici loro sottesi) pienamente comprensibili a pubblici eterogenei, esperti e non esperti e funzionali alla definizione di efficaci strategie di marketing digitale.

Le aziende che si occupano di **servizi per la comunicazione d'impresa** propongono un laboratorio nel quale saranno analizzate alcune *case history* ed esempi di strategie comunicative *analytics based*. L'obiettivo è di fornire agli studenti elementi di orientamento alle competenze verso un mondo – quello della *business communication* – dove la figura del *data scientist* è destinata ed essere sempre più richiesta.

Aziende coinvolte

- ADS Glen
- MYPR
- Idea Link/University Box
- TBWA

Durata

Le lezioni si svolgeranno in via Conservatorio 7.

Il Laboratorio durerà **20 ore, divise in 6 incontri:**

18 ottobre 11.00 – 13.00 Introduzione

25 ottobre 10.00 – 13.00 ADS Glen

8 novembre 10.00 – 13.00 MY PR

15 novembre 10.00 – 13.00 Idea Link

22 novembre 10.00 – 13.00 TBWA

29 novembre 11.00 – 13.00 Chiusura e quiz finale

Studenti ammissibili

15

Requisiti d'accesso

- Basic knowledge of Dashboard Tool
- Basic knowledge of Dimensional and Relational Database
- Interest in AI

Obiettivi Formativi

Indicare gli obiettivi formativi che l'attività di laboratorio intende perseguire

Saranno presentati casi reali aziendali e verrà mostrato come utilizzare i tool principali (GFK TSSP, ecc.) e tool proprietari.

Illustrazione di dashboard per il monitoraggio dell'andamento dei servizi di marketing digitale.

Analisi del dato e identificazione di KPI funzionali alla definizione di strategie di marketing digitale.

Sarà analizzata la professione di Strategic planner all'interno di un centro media e di Strategic planner all'interno di un'agenzia di pubblicità.

Risultati di Apprendimento Attesi

Indicare i risultati di apprendimento previsti per i partecipanti all'attività di laboratorio

Comprensione dell'importanza strategica della comunicazione analytics based, in termini di efficacia e persuasività.

Capacità di trasformare le informazioni di tipo quantitativo, rendendo i dati (e i messaggi strategici loro sottesi) pienamente comprensibili a pubblici eterogenei.

Comprensione dei diversi flussi di dati tracciabili attraverso la customer journey dei clienti e informazioni relative alle dashboard per il supporto alle decisioni nelle strategie di marketing.

Selezione

Sulla base del CV

Modalità di erogazione del laboratorio

Il laboratorio sarà in presenza, con qualche eventuale esercitazione da svolgere individualmente.