

A COLLOQUIO CON LAURA PAXIA, LA MARKETING MANAGER DI IMETRIX **Was, un momento di confronto e formazione**

L'APPUNTAMENTO È IN CALENDARIO IL 25 MARZO AL CROWNE PLAZA DI MILANO SAN DONATO

«**W**as è un importante momento di confronto e di formazione per le aziende che credono nei grandi vantaggi della web analytics e più in generale della misurazione dei media digitali. Come **ImetriX** riteniamo estremamente utili queste occasioni in cui è possibile dialogare con prospect e clienti, conoscere i loro problemi e presentare le nostre soluzioni. Anche quest'anno i temi in agenda sono estremamente interessanti, gli speaker di alto profilo ne garantiranno il successo», così

Laura Paxia, marketing manager **ImetriX** descrive la sponsorizzazione dell'evento che si terrà al Crowne Plaza



Laura Paxia

di Milano San Donato il prossimo 25 marzo.

Uno dei principali ruoli di Was è la formazione del mercato della web analytics. Ritieni che in Italia ci sia ancora molto da imparare e da fare?

Quale evento di taglio scientifico educational, Was mira proprio a diffondere la cultura della misurazione dei media digitali quale strumento di lavoro quotidiano in ciascuna azienda. I media digitali sono in costante e turbinosa evoluzione ed è dunque impossibile pensare di avere già acquisito un know how adatto alla loro misurazione. Fenomeni sempre nuovi come per esempio i social media, tematica di punta di Was 2010, ne sono la dimostrazione concreta. Il nostro Paese anche in

questo settore vive un momento di incertezza, ma è stata finalmente percepita la rivoluzione in atto, solo poche aziende hanno già adottato le strategie necessarie ad affrontare le nuove sfide che ci attendono. Certamente negli ultimi anni è maturata una rinnovata attenzione per il web, e di riflesso per la web analytics, ma il cammino è ancora lungo e spiace pensare ai grandi vantaggi e alle opportunità che le aziende non stanno ancora cogliendo e che potrebbero essere di aiuto in un momento come questo.

Tra le altre cose, lei è stata anche membro del direttivo della Web Analytics Association, un osservatorio privilegiato e internazionale. Quali le principali differenze tra l'Italia e altri Paesi come gli Stati Uniti o la Gran Bretagna?

L'incarico di director at large per Waa mi ha consentito, in un momento di grande sviluppo del settore, di comparare le caratteristiche del mercato italiano con

quello di tutti gli altri paesi. Come già sottolineato altre volte, ritengo che la cultura della misurazione dei risultati sia una componente importante di ogni aspetto della società anglosassone, nella scuola, nei servizi, nel commercio, negli affari... una cultura che purtroppo trova resistenze nel nostro modo di pensare e di vivere. Penso che questo grave limite ci penalizzi profondamente, e sul web limiti grandemente l'ottimizzazione dell'e-commerce e degli investimenti online; un vero peccato specie per un Paese in cui esistono da tempo valide soluzioni di analytics.

Cosa si aspetta dall'edizione 2010 di Was?

Mi auguro che anche Was 2010 rappresenti un proficuo momento di confronto sui molti e interessanti temi in agenda. Mi auspico partecipanti e aziende interessati, molte domande, tanta curiosità e voglia di crescere nell'affascinante mondo digitale che ci circonda.

DAILYMEDIA E DAILYNET
TUTTI I GIORNI SUL TUO
COMPUTER SENZA
PROBLEMI DOVUTI
AL PESO DEI DOCUMENTI

