

DOSS. SSA ALESSANDRA SALIMBENE



TITOLO DI STUDIO

Laurea magistrale quinquennale (v.o.) in marketing Università degli Studi di Torino
Votazione 110/110 cum laude
Master in Project Management Luiss Business School
Diploma di maturità scientifica

ATTIVITÀ ATTUALE

Charismatica SRLS Founder & CEO
Un nuovo progetto indipendente.
Agenzia di primo piano nell'ambito del retail marketing e, in particolare, nel settore ottico

Trainer, public speaker, business coach

In affiancamento all'attività di agenzia, ho scelto di inquadrare le mie attività di formazione, coaching e public speaking come libera professionista.

PERCORSO PROFESSIONALE

Ho aperto la mia prima web agency pensando che sarebbe stata un'esperienza interessante da svolgere durante l'università e sono rimasta imprenditrice per tutta la vita. Anche la mia storia imprenditoriale, piena di ostacoli da superare, errori e insegnamenti acquisiti sul campo è complessa e piuttosto articolata, ma segue il percorso della mia vita e della mia formazione.

Mentre per la prima parte della strada ho avuto l'obiettivo di costruire una grande agenzia, arrivando ad avere fino a 16 dipendenti, dal 2016 mi sono ridefinita sotto un'ottica più professionale, orientandomi sempre più verso la consulenza, la strategia e la formazione. Oggi affianco l'attività professionale a quella di agenzia di marketing e comunicazione, organizzata attraverso un network di collaboratori fidati e l'utilizzo della tecnologia per rendere efficiente e snello il lavoro.

Dal 1998 a oggi, attraverso le mie imprese, ho avuto modo di collaborare con oltre 1000 aziende e organizzazioni di ogni dimensione, dalla piccola impresa individuale a grandi multinazionali, nel settore dell'ottica, dell'editoria, della consulenza aziendale e non solo, in Italia, Francia, Russia, Svizzera, Germania, Ucraina, Tunisia.

ABSTRACT

Progettare e proporre una nuova esperienza di visione. L'arte della comunicazione in ambito tra intelligenza artificiale e umanesimo digitale.

L'arte di gestire, proporre e vendere lenti oftalmiche tra intelligenza artificiale, competenza ed empatia. La strada dell'innovazione che passa attraverso l'umanesimo digitale.

Nel 1996, con il mio trolley e il mio pesantissimo PC portatile giravo l'Italia di ottica in ottica configurando caselle di posta elettronica e convincendo imprenditori piuttosto scettici che il digitale stava cambiando il mondo. Da allora ho seguito ogni innovazione cercando di interpretarla, analizzarla e tradurla ad uso e consumo del retail e dell'industria ottica, dal CRM digitale ai social network, dal video marketing ai webinar, fino ad arrivare all'Intelligenza Artificiale. In tutto il mio percorso, ho raccontato l'innovazione digitale come uno strumento per amplificare le capacità squisitamente umane di visione, progettazione, comunicazione e, ancora oggi, all'alba di una nuova rivoluzione, ritengo che la più grande innovazione che possiamo perseguire sia il radicare la convinzione che l'obiettivo del professionista in ottica sia quello di riuscire a proporre e vendere al proprio cliente le migliori soluzioni tecniche per le sue effettive esigenze di visione e stile di vita, soddisfacendo i suoi desideri in termini emotivi e incontrando la sua reale capacità di spesa. In tutto questo la tecnologia e in particolare modo l'intelligenza artificiale, oggi, può aiutarci nell'analisi dei dati, nel supporto alle competenze specifiche, nell'addestramento quotidiano, nella preparazione delle strategie e nell'analisi dei risultati. Ma la componente squisitamente umana di intuizione, complicità, fiducia, empatia è l'ingrediente fondamentale per rendere perfetta la ricetta e completare il processo in tutto il suo complesso e articolato percorso. Non può essere la strategia commerciale basata sullo sconto la leva che porta il cliente ad acquistare e la tecnologia è sempre seconda all'uomo quando si tratta di creare fiducia. In questo breve speech racconterò il viaggio alla scoperta di un'innovazione che non è sinonimo di nuova tecnologia ma di nuova visione, alla ricerca di una modalità di comunicazione che dalla persona parta e alla persona arrivi, integrando la comunicazione digitale, l'intelligenza artificiale e tutto ciò che il futuro ci proporrà, con un'attitudine tutta umana a evolversi attraverso le giuste domande.