

“Eccellenze in digitale”: Loison al timone della piattaforma di Google

Dario Loison, coinvolto nel progetto, è testimonial con la sua storia di straordinaria imprenditorialità: dal suo esordio nel web nel 1996 ad oggi con più di 6 milioni di fatturato, grazie anche all'accesso dell'azienda in internet. «Il web non solo come strumento di vendita ma anche come veicolo per interagire e dialogare con il cliente a 360 gradi, per uno sviluppo sinergico!».

La piattaforma, coordinata dal Prof. Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, sarà funzionale alla formazione delle imprese.

Previste 20 borse di studio per la formazione alle aziende all'uso del digitale oggi e per innovare le metodologie aziendali.

«Nessun Paese al mondo come l'Italia può contare su un sistema manifatturiero ed agroalimentare così riconosciuto e apprezzato nel mondo». Inizia così il video di presentazione di “**Made in Italy - Eccellenze in digitale**”, la piattaforma di **Google** dedicata alle eccellenze tricolori che vuol far parlare in tutto il mondo dei prodotti tipici dell'artigianato e dell'agroalimentare italiano attraverso un importante progetto con lo scopo di avvicinare le piccole imprese a scoprire e cogliere le opportunità economiche della rete.

Dario Loison è stato coinvolto nel progetto **Eccellenze in digitale** una piattaforma coordinata dal **Prof. Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia**, funzionale alla formazione delle piccole imprese dove gli artigiani impareranno ad innovarsi per competere. E la particolarità di questo progetto è che in cattedra non salgono i docenti ma «*sono gli imprenditori più innovativi a condividere con i colleghi le proprie strategie in campo digitale*» racconta Micelli.

Tra questi in campo anche **Dario Loison** che, con la sua storia di **straordinaria imprenditorialità**, racconta del suo avvio nel mondo digitale e del successo partito sostanzialmente dall'inizio del **1996 grazie anche all'accesso in internet dell'azienda**: la rete diventa presto lo strumento principale per il presidio del mercato globale non solo per le vendite “Business to Business” ma attraverso il digitale la Loison giunge anche a clienti finali (“Business to Consumer”) che altrimenti non arriverebbero al suo prodotto: la rete, infatti, abbatte distanze non solo geografiche.

In questo modo si rende funzionale la “disintermediazione”, delineando quindi processi più snelli e rendendo possibile realizzare analisi dirette dei bisogni del cliente dalle quali formulare opportune strategie. Questo si traduce in maggiore efficacia dei rapporti con il cliente stesso e maggiore efficienza delle vendite.

«Internet deve essere visto non solo come strumento di vendita - sottolinea Dario Loison - ma anche come veicolo per interagire e dialogare con il cliente, il fornitore, l'opinion leader, lo chef, fidelizzare e condividere tutto il mondo intorno ai nostri prodotti: dai consigli su come mangiarli, alle ricette di blogger e chef».

Loison

PASTICCERI DAL 1938

The taste of Italy
made in Italy

Comunicato stampa n. 2 – 28 Gennaio 2014

Quella di **Dario Loison** è una delle lezioni che fanno parte di un programma di avvicinamento delle piccole e medie imprese alle grandi opportunità che il mondo della rete offre oggi. Il progetto di Google si completa con **venti borse di studio di circa seimila euro destinate a giovani esperti del digitale** che affiancheranno le aziende per sei mesi con lo scopo di formarle all'uso del digitale oggi e per innovare le metodologie aziendali.

Press Info:

press@loison.com

Eleonora Pontello +39 0444 557844

Giulia Marruccelli + 39 347 0452739

www.loison.com – press.loison.com

www.insolitopanettone.com