

<http://www.cliccaeposta.it/blog/item/7058-Social-Business--sempre-piu-strategico-per-le-PMI.html>

Venerdì, 21 Giugno 2013 20:24

Social Business: sempre più strategico per le PMI

dimensione font | Stampa | Email



Social Business Forum 2013

Si è chiuso con un grande successo il **Social Business Forum 2013**. Ecco i numeri dell'evento dedicato all'impresa del futuro e allo sviluppo del social business che si è svolto a Milano il 12 e 13 giugno: 2.000 iscritti, 400 aziende e 60 speaker internazionali.

All'evento hanno partecipato aziende provenienti da ogni continente e da 20 Paesi per fare il punto e approfondire i temi del Social Business: Customer Engagement, Social CRM, Risorse Umane 2.0, Social Intranet, Social Learning, Big Data, Digital Transformation, Innovazione Collaborativa, Social Media Marketing.

=> [Approfondisci i temi trattati al Social Business Forum 2013](#)

Una due giorni con tanti **segnali positivi** da parte del mondo dell'**imprenditoria**, tanto che l'intervento con il quale si è aperto SBF 2013 è stato "*Redesign your Business: Be Happy!*" di Rosario Sica ed Emanuele Scotti, CEO e co-founder della società che ha organizzato l'evento OpenKnowledge.

Un **messaggio di fiducia** in un momento in cui è necessario stringere i denti per riuscire ad avviare finalmente la ripresa economica del Paese e del tessuto produttivo italiano ma non solo.

Quel che è emerso è una certa consapevolezza, sia dal punto di vista dei settori industriali che delle funzioni aziendali rappresentate al Social Business Forum 2013, dell'importanza di implementare **strategie social** a tutti i livelli dell'organizzazione.

=> [Scopri l'impresa 2.0 al Social Business Forum 2013](#)

Soddisfatto Rosario Sica, CEO e Co-founder di OpenKnowledge: «quest'anno abbiamo avuto un incremento del **+25% nelle iscrizioni** rispetto all'anno scorso, media partnership e sponsor di alto livello, confermando il trend di crescita che ha caratterizzato il Social Business Forum sin dalla sua prima edizione del 2008».