

quindi non possono essere "personalizzate" dai soci. Infatti la società non ha un suo statuto particolare (che è appunto lo strumento con cui nelle Srl i soci possono darsi delle norme): l'atto costitutivo è il modello stabilito dal ministero. Di conseguenza, le decisioni sono prese dai soci con le maggioranze stabilite dalla legge, che non si possono modificare. Infine, il capitale sociale non può superare i 9.999,99 euro. È soprattutto l'ammontare ridotto del capitale sociale che rappresenta una delle grosse incognite della società a responsabilità limitata semplificata. Se i soci non finanziano la società, questa dovrà chiedere i soldi in banca. Ma una società con un capitale simbolico, praticamente inesistente, potrà avere finanziamenti bancari solo se i soci concederanno fidejussioni personali. Anche i fornitori, però, non essendo tutelati dal capitale sociale, chiederanno delle garanzie, oppure il pagamento immediato. Se ciò avverrà, la società a responsabilità limitata semplificata sarà, di fatto, molto simile a una s.n.c., che peraltro ha dei costi di gestione annuali molto più ridotti. Se ciò non avviene è impensabile che una nuova società possa affrontare un mercato competitivo e complesso dal punto di vista gestionale come il nostro. È quindi auspicabile che, per il bene del nostro settore, gli imprenditori evitino di entrare nel mercato con mezzi e forme societarie totalmente inadeguate".

Tornano i corsi ANFIA per i digital manager dell'automotive

Torna anche per il 2018 l'offerta formativa pensata da ANFIA per la figura professionale del digital manager, con importanti no-



vità. I contenuti del Master infatti potranno essere appresi attraverso singoli moduli, per i quali sarà rilasciato uno specifico Attestato di Partecipazione. Inoltre, per la formazione relativa a "Google Analytics", "Go-

gle AdWords" e "Social Media e reputazione digitale" sono stati previsti dei moduli ADVANCED, per fornire ulteriori approfondimenti per utenti più esperti.

Si conferma la formula del Master in Automotive Digital Manager, giunta alla 4ª edizione, percorso formativo dedicato a sviluppare le figure manageriali nelle aree commerciali e marketing, per cogliere la sfida del digitale e sfruttare appieno e potenzialità offerte dal web e dalle sue evoluzioni.

Il corso, lanciato in collaborazione con MotorK Italia (realtà specializzata nel Digital e nella Lead Generation per l'ambito automotive), prevede 7 moduli e si conclude con due esami di certificazione.

Gli argomenti affrontati vanno dal monitoraggio e metriche di un sito web, alla pianificazione delle campagne di advertising online per attrarre clienti, dalla social media strategy e reputazione digitale al database ed e-mail marketing, dalla Search Engine Optimization al Mobile business.

Si tratta di competenze digitali, di customer relationship management, tecnologiche e soft skills irrinunciabili se si pensa che, solo in Italia, secondo uno studio di MotorK, sono oltre 39 milioni gli utenti di internet, più di 31 milioni gli utenti attivi dei social media, 77 milioni i contratti mobile e 28 milioni gli utenti attivi dei social media da devices mobili.

I moduli tematici singoli invece affronteranno i seguenti argomenti: evoluzione digitale, per affrontare i principali fattori di cambiamento generati dalla Digital Transformation sul settore Automotive e evidenziare i principali trends; Google Analytics, per apprendere le tecniche e l'uso degli strumenti per l'analisi costante degli accessi al sito, conoscere le principali metriche Analytics, asset fondamentale per il rendimento degli investimenti digitali; contenuti digitali e SEO, per acquisire le strategie per migliorare il posizionamento del sito e padroneggiare le principali tecniche di SEO on-page e off-page; digital e mobile, per scoprire i nuovi scenari di ricerca in mobilità e le best practice per website, marketing e processi, e imparare a produrre contenuti "mobile first" per aumentare la conversione in lead; Google Adwords, per apprendere come gestire correttamente un account AdWords, come pianificare le campagne pubblicitarie on line e come monitorare il ritorno sull'investimento; social media e reputazione digitale, per fornire nozioni pratiche per l'impostazione di una strate-

gia efficace tramite l'evoluzione dei social media, e mettere a punto un piano editoriale sostenibile e monitorare le metriche delle diverse piattaforme sociali; database ed email marketing, per gestire in maniera strategica il database contatti e acquisire nozioni pratiche per la pianificazione delle attività di follow up ed email marketing; infine, l'uso strategico dello strumento del video, per l'utilizzo e realizzazione di diverse tipologie di video, modalità di pubblicazione e diffusione. Il calendario completo dei corsi è disponibile sul sito [dell'ANFIA](#).

Autopromotec annuncia la prossima Conference dedicata al futuro dell'autoriparazione

Autopromotec Conference torna nel 2018 dal 13 al 14 giugno all'Unipol Arena di Casalecchio di Reno (BO) con la seconda edizione



degli Stati Generali, un ciclo di convegni di altissimo profilo che risponde alle esigenze di aggiornamento continuo del settore. Una "finestra" sul futuro del mondo delle riparazioni e dei ricambi, per dare continuità al confronto tra le aziende protagoniste del settore, il territorio e le istituzioni. Autopromotec prosegue così il proprio impegno nell'analizzare i trend del futuro della mobilità, sostenendo il continuo sviluppo della filiera all'insegna dell'innovazione.

L'edizione 2018 di "Autopromotec Conference Stati Generali" è intitolata "OFFICINA 4.0: Digitalizzazione e nuovi trend della mobilità, il futuro dell'autoriparatore." La scelta di questo tema, di grande attualità e in continuità con l'edizione precedente, nasce dalla repentina evoluzione e velocissima affermazione nel settore automobilistico, e dei trasporti più in generale, di nuovi trend.

In primo luogo la digitalizzazione, che ha comportato e porterà nel business trasformazioni significative, sia per quel che riguarda i processi sia per quel che riguarda le figure professionali coinvolte, sempre più specializzate, connesse e supportate da nuove tecnologie "intelligenti".