

WHAT'S NEXT

NEL MARKETING E PUBBLICITA'



**THE
END**

“L'Italia è drammaticamente lontana dal resto d'Europa nell'utilizzo delle tecnologie di marketing online orientate al B2B.”

Maurizio Alberti

Direzione operativa di eCircle

“Le aziende italiane sono poco focalizzate sull'email marketing: circa il 60% dei marketer coinvolti nelle nostre indagini di mercato dichiara che in un'azienda vi è solo una persona dedicata a tale attività fondamentale, nel 41,2% dei casi è a part-time.”

Indagine di mercato 2013

240+ Marketing Manager e Online Marketing Manager italiani

“La maggior parte delle aziende italiane che ne fanno utilizzo si affidano a strategie di email marketing molto basilari e poco efficaci. Il 46% si dichiara comunque soddisfatto e ne conferma l'efficacia.”

Indagine di mercato 2013

240+ Marketing Manager e Online Marketing Manager italiani

“I marketer italiani che si affidano a strategie di email marketing registrano un aumento della fidelizzazione (69%), aumento del ROI (50%) e aumento della customer satisfaction (42%).”

Indagine di mercato 2013

240+ Marketing Manager e Online Marketing Manager italiani

“Nonostante le aziende italiane siano ancora indietro in ambito email marketing, sono ottimista per il futuro in quanto i dati ricavati dalle nostre indagini dimostrano che i benefici apportati da queste azioni vengono effettivamente riconosciuti dai marketer.”

Christian Saviane

*Direzione tecnica di **Walkstone***

“La sempre maggiore apertura dei retailer stranieri a queste strategie, con evidenti risultati, offre inoltre una forte spinta alle realtà italiane nel seguire questo percorso.”

Christian Saviane

*Direzione tecnica di **Walkstone***

“Rispetto al 2012, nel 2013 Twitter ha avuto una crescita spaventosa col 44% in più di utenti attivi al mese. A ruota Facebook, nonostante le costanti voci di calo, col 35% e, a sorpresa LinkedIn col 33% in più rispetto allo scorso anno e con ben 359 milioni di iscritti attivi ogni mese.”

GlobalWebIndex

Leader internazionale nell'analisi di mercato orientata ai nuovi media

“La crescita dei social sta avvenendo con ritmi vertiginosi grazie alla diffusione dei dispositivi mobili e non sarà difficile prevedere un rallentamento di queste percentuali quando l'universo sarà interamente mobile e always connected.”

GlobalWebIndex

Leader internazionale nell'analisi di mercato orientata ai nuovi media

“A sorprendere è la fascia di età protagonista della crescita: 45-65 anni. Su tutti i principali social, infatti, questa fascia di età è sempre più presente, a dimostrazione del fatto che se il web può conoscere un'ulteriore espansione, questa è proprio da ricercare nella cosiddetta "mezza età", che vede i social e il web ancora come una novità da scoprire.”

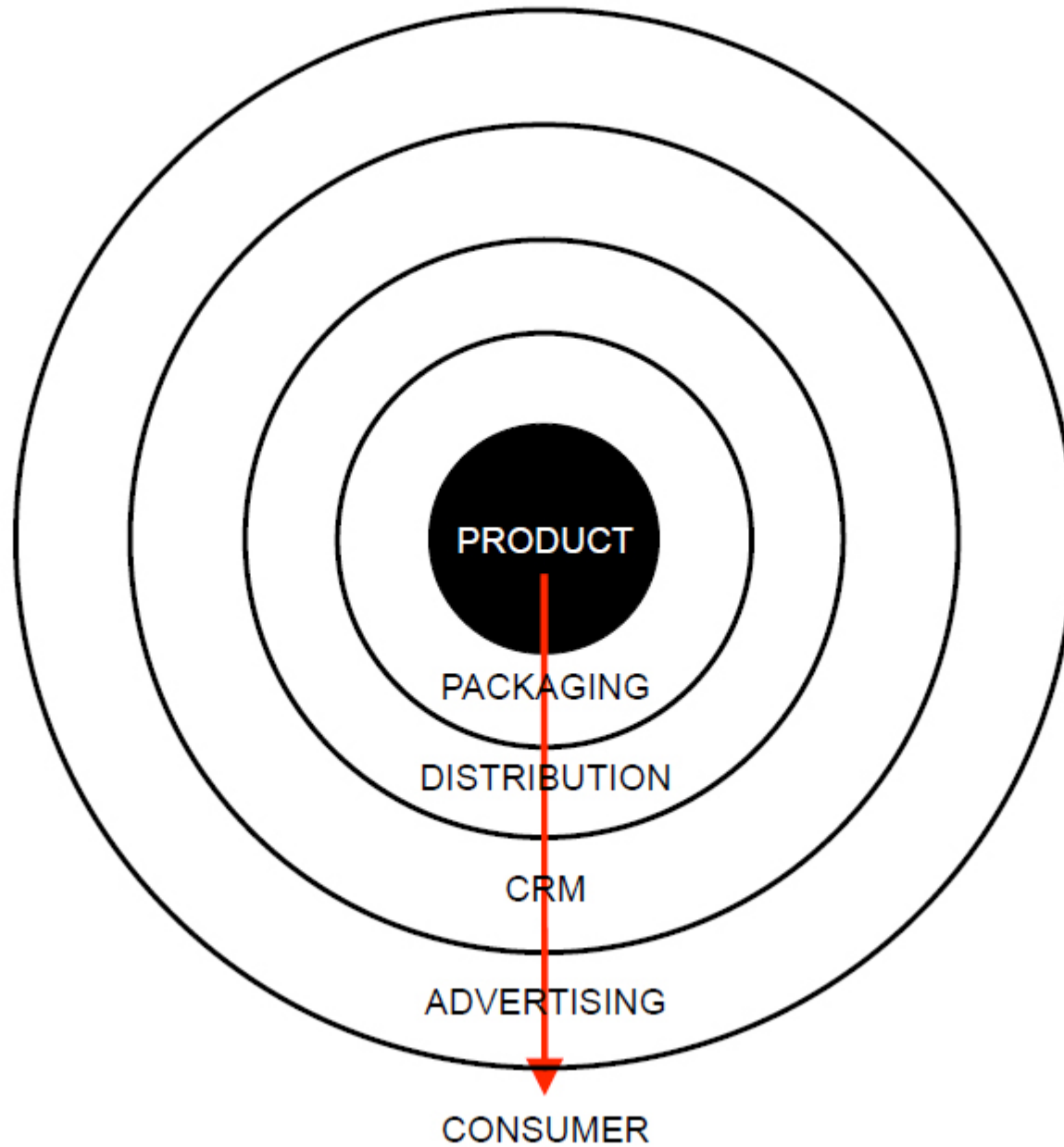
GlobalWebIndex

Leader internazionale nell'analisi di mercato orientata ai nuovi media

OLD

MARKETING

OLD MARKETING



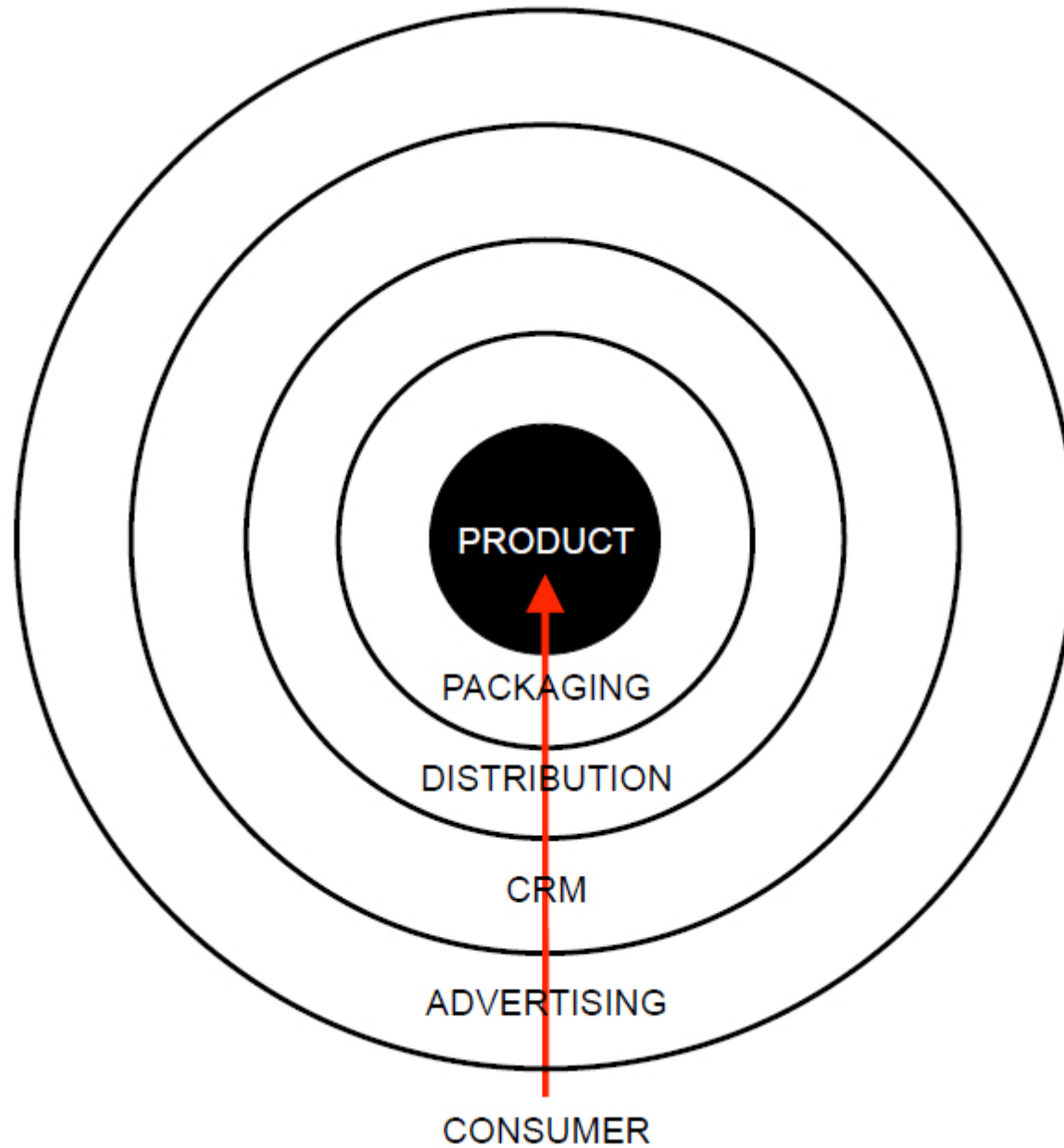
NON

FUNZIONA

PIU'

MODERN MARKETING

MODERN MARKETING



**COME POSSIAMO FAR
DIVENTARE IL
POTENZIALE
CONSUMATORE
FAN
DI UN NOSTRO BRAND
O PRODOTTO?**

**SVILUPPANDO IL
MARKETING
NEL
PRODOTTO**

O PIU'

SEMPLICEMENTE

INVIANDO IL MESSAGGIO GIUSTO

**NEL MOMENTO GIUSTO,
ATTRAVERSO IL MEZZO DI COMUNICAZIONE GIUSTO,
VERSO SEGMENTO DI MERCATO GIUSTO
(SOLO A CHI INTERESSA).**

E...

**FACENDO IN MODO CHE
SIA IL CONSUMATORE
AD AIUTARTI NEL
VEICOLARE IL
PASSAPAROLA.**

L'EMAIL CONTINUA A CRESCERE

2010 – 2,9 MILIARDI

(730 MILIONI DI ACCOUNT BUSINESS E 2,1 MILIARDI DI ACCOUNT PRIVATI)

2011 – 3,1 MILIARDI

(788 MILIONI DI ACCOUNT BUSINESS E 2,3 MILIARDI DI ACCOUNT PRIVATI)

2012 – 3,3 MILIARDI*

(850 MILIONI DI ACCOUNT BUSINESS E 2,5 MILIARDI DI ACCOUNT PRIVATI)

2013 – 3,6 MILIARDI*

(918 MILIONI DI ACCOUNT BUSINESS E 2,6 MILIARDI DI ACCOUNT PRIVATI)

* FORECAST

**L'EMAIL E' SEMPRE CON TE, OVUNQUE.
PUO' ESSERE CONDIVISA, SALVATA E
LETTA SU QUALUNQUE DISPOSITIVO
MOBILE.**

**IL TEMPO TRASCORSO SUL CELLULARE
A CONTROLLARE L'EMAIL E' MAGGIORE
DEL TEMPO SPESO SUI SOCIAL MEDIA.**

**THE
END**

**THA
NKS**