

Strategie di Branding nel Digital

Google per [Logo]

speed & innovation

Speed

Frame content

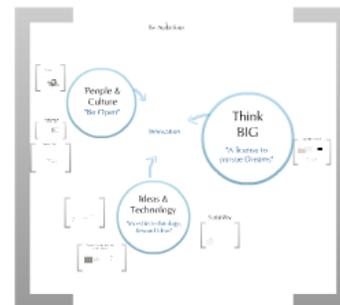
Innovation

consumer - focus

Digital is not media

Digital changes everything

grazie!



Google

per



CENTROMARCA
Associazione Italiana dell'Industria di Marca

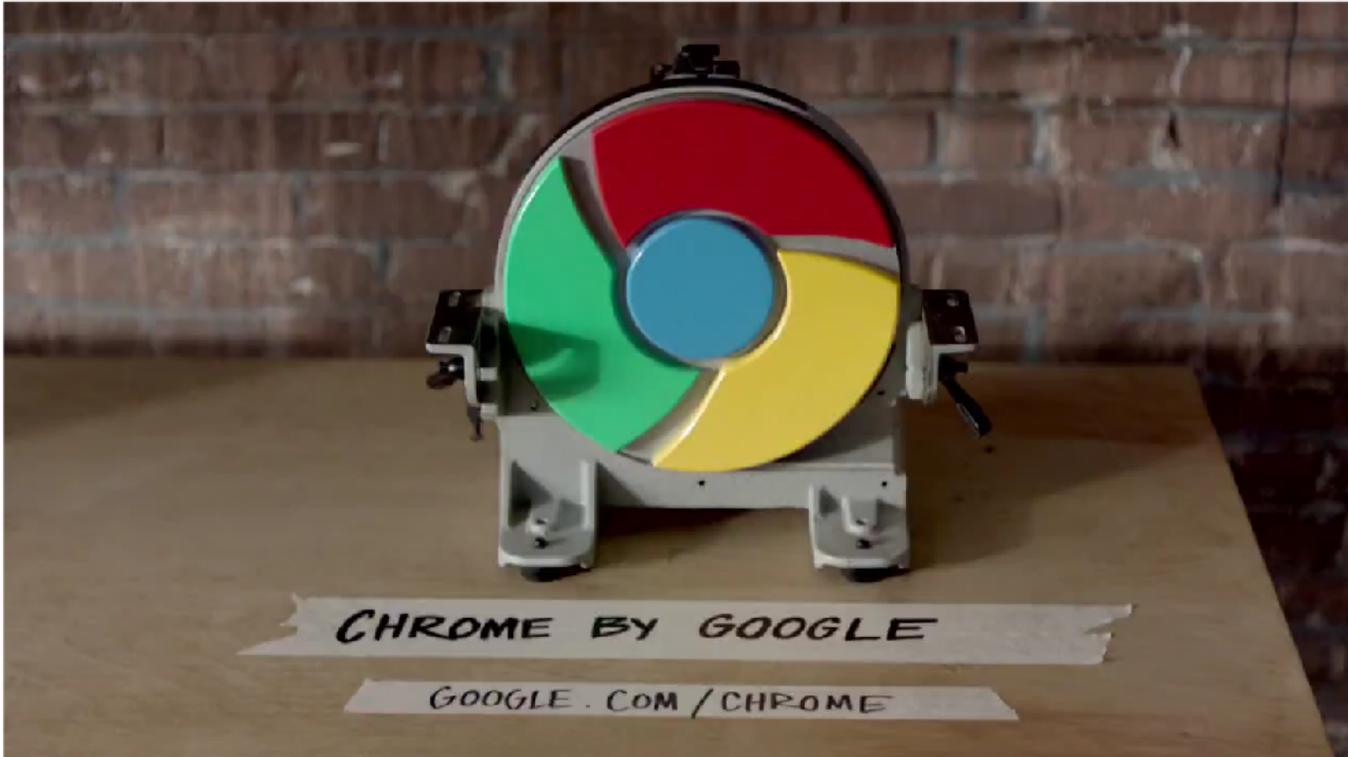
Strategie di Branding nel Digital



speed & innovation

Innovation

Speed



CHROME BY GOOGLE

GOOGLE.COM/CHROME

il mondo cambia a
doppia velocità



Oggi: **+2B** Internet Users

(420M nel 2000, 1.08B nel 2005)



250B email inviate ogni giorno



+ di 4B di ricerche al giorno
nel mondo



Nel 2011 il palinsesto è multimediale, personale e autogestito

+ 3B di video visti ogni giorno su YouTube

-7% di lettori in due anni



6.7B

Valore dell'Ecommerce in Italia nel 2010



+25% y/y è la crescita degli smartphone

+130% y/y è la crescita del m-commerce



1.6M Ipad in Italia a Luglio 2011

Giornali in crisi: -7% di lettori in due anni



Ogni giorno su Facebook vengono guardati 150 anni di video di YouTube
(x2,5 in un anno)

Ogni minuto più di 500 tweet contengono link a YouTube
(x3 in un anno)

Innovation

consumer - focus

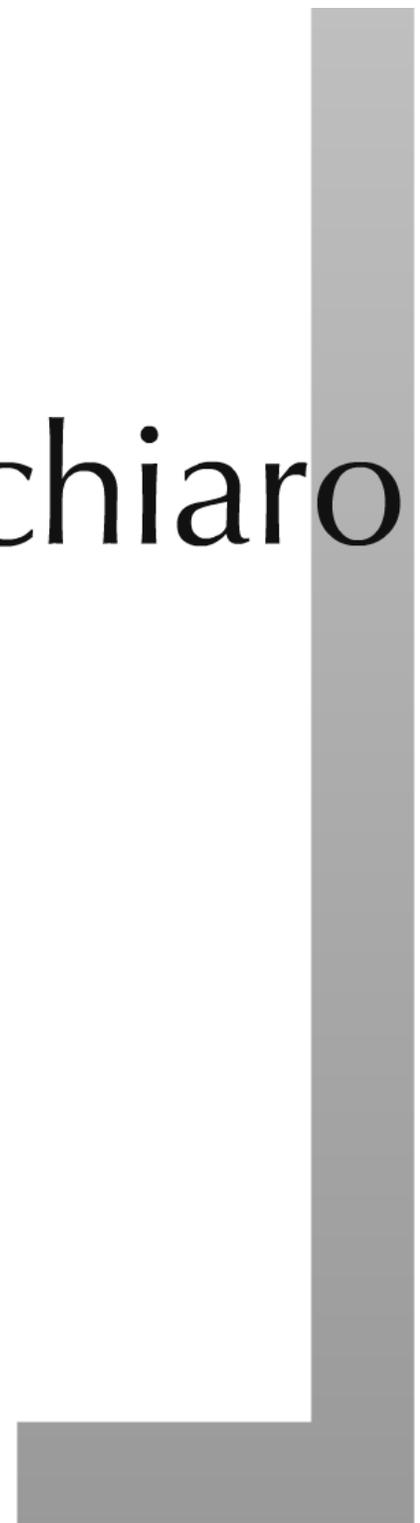
7

This One Works

i consumatori in passato
"bisbigliavano" oggi...



...parlano forte e chiaro



scrivono le loro storie
in rete

nel corso della storia

la gente ha sempre raccontato storie

oggi continua a farlo solo che

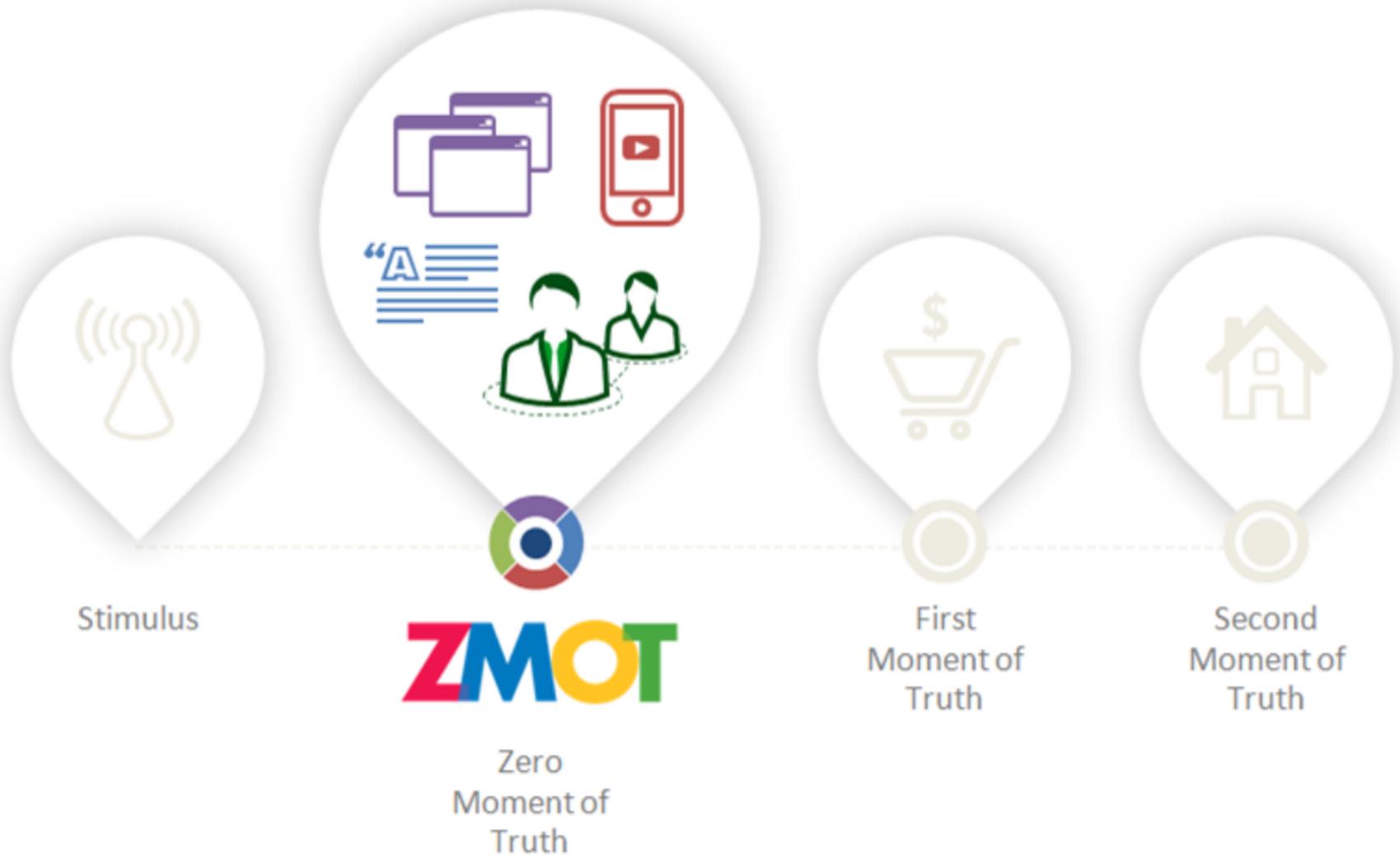
la storia la racconta con un video

welcome to

welcome to
the digital campfire

il web

The New “Four Moments” Mental Model



...dove il mobile é
presente a 360°

svolta

comportamentale
del consumatore

alone together

messaggi col telefonino in riunione



giovani in giro per il mondo
sempre connessi col network



twitter



twitter



commenti tweet
in real time

opportunità
di business

UI BUSINESS



contatto con il
consumatore in real time

intimacy



intimacy



power of data

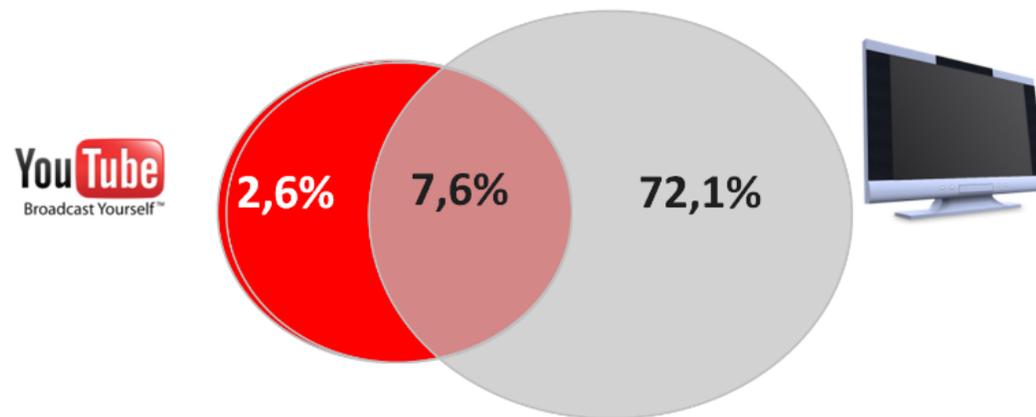
la tecnologia ci permette di
leggere il nostro consumatore
e di...

"testare" launch & iterate



incremental reach

Reach: **82,3%**
Total frequency AD: **7,4**



Target Donne 20-30

brand equity



TV only



Both TV+YT

FAVOURABILITY

73%

80%

+7p.

RECOMMENDATION

66%

74%

+8p.

INTENTION TO USE

69%

76%

+7p.

MESSAGE ASSOCIATION

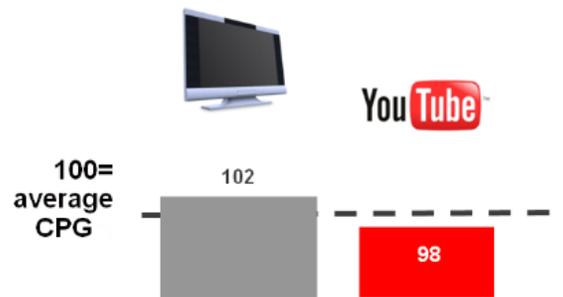
49%

59%

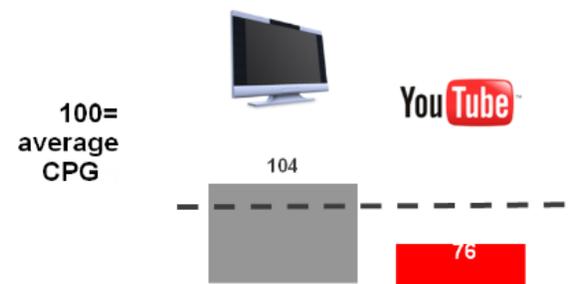
+10p.

cost efficiency

media 5 campagne



3 su 5 campagne



...e in particolare YouTube risulta
più efficiente delle TV digitali tematiche

CPG YOUTUBE = -70%

vs TV satellitari e Digitali terrestri

il digitale consente
di innovare con un
investimento esiguo

mirare
al target

There's a big Nor'easter
coming. Get your shovel.



Ames True Temper Wood Handle Poly Scoop Shovel **\$24.98**

VISIT YOUR LOCAL LOWE'S AT
1212 Main Street
Colchester, VT 05401

COOL DEALS ▶



localizzare

Digital is not media

**Digital changes
everything**

A dark rectangular box with a bokeh background of colorful lights. The lights are out of focus, creating a soft, glowing effect. The colors range from warm yellows and oranges to cooler blues and greens. The text is white and positioned in the upper and lower portions of the box.

Digital can make you better...

**at strategy, marketing, sales,
service...at business**

grazie!