

Agorà Magazine, Riprendi il tuo spazio

Agorà Magazine : Due anni di libera informazione

LA TUA PUBBLICITÀ SU AGORAMAGAZINE.IT

Politica

Ambiente

Due buone notizie per la riduzione dei rifiuti

Il Brasile si conferma leader mondiale nel riciclo di lattine in alluminio

Cultura e Società

Creatività

Gastronomia e Ricette

Spettacolo

Alla Versiliana dei Piccoli inseguendo il filo di Ada

"Tempi comici", in prima nazionale, messo in scena dal Crest

Ceglie Messapica parte la Ghironda Summer Festival

Circusbandando chiudono la stagione del teatro dei piccoli

Fraganius Mediterranean Jazz Festival

Giselle remake in due atti

Gran ballo in terra barocca

Il Sovrana Festival ospiterà il 5 settembre l'anteprima di Neri Marcorè

incontri e scontri alla Versiliana, cinque anni di storia del caffè

La musica porta i tacchi a spillo di Catrina Davies, l'ex gf5 in consolle

Marina di Ragusa'S Got Talent

Morgan in concerto alla versiliana

Pucciniano-versiliana, ultimo atto: pinocchio a torre del lago, concerto flauto-pianoforte al caffè

Pucciniano-versiliana-ultimo atto: pinocchio a torre del lago

Quattro concerti chiuderanno la rassegna Jazz Loci

Rent il musical Rock-Pop di Paolo Ruffini chiude il sipario della Versiliana

Ritmi dal mondo con la Ghironda Summer Festival

San Ranieri. il santo della solitudine al caffè con il

Google Analytics

Web Analytics di Google. Sofisticato, Semplice, Gratis!

Recall CRM Professionale

Software per la Gestione vendite marketing e documentale

Annunci Google

Impresa > Marketing e Comunicazione

 Versione per la stampa  Segnala  Rispondere all'articolo



Marketing e servizi: il futuro è mobile!

OSSERVATORIO MOBILE MARKETING & SERVICE DELLA SCHOOL OF MANAGEMENT DEL POLITECNICO DI MILANO
venerdì 9 novembre 2007 di -

Redazione

Lettori unici di questo articolo: 1490

Il mercato dei Mobile Advertising dovrebbe raggiungere alla fine del 2007 circa 28 milioni di Euro, con un incremento del 77% rispetto al 2006. Quello del Mobile Service Management nel 2007 supererà 50 milioni di Euro con una crescita del 32%.

Shopping Agorà

Annuncios Google 

Control de asistencia

Control de asistencia a eventos por código de barras y radiofrecuencia
www.softcongres.com

Più prodotti Pubblicizzati qui

Si è svolto oggi presso lo IAB Forum 2007 il Convegno "Il Marketing e i Servizi diventano Mobile" con la presentazione dei Risultati della Ricerca dell'Osservatorio Mobile Marketing & Service(*) promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net), con il patrocinio di Interactive Advertising Bureau Italia (IAB Italia).

Occasione del Convegno è stata la presentazione dei risultati della prima Ricerca dell'Osservatorio che ha analizzato oltre 200 imprese, tra organizzazioni che stanno utilizzando il canale Mobile per le attività di Marketing e di Service Management, e imprese che operano nei diversi stadi della filiera dell'offerta di tecnologie, servizi e soluzioni per il Mobile Marketing e i Mobile Service.

L'analisi si è concentrata sul terminale Mobile per

Google Analytics

Web Analytics di Google. Sofisticato, Semplice, Gratis!
www.google.it/Analytics

Domino Web

Realizzazione siti web Siti professionali e Web marketing
www.domino.it

Rilevazione Presenze

Timbracartellini, Lettori badge, Barcode, RFID, Biometrici
www.welldata.it

Ceracarta S.p.A.

Produzione etichette e ticket RFID 13,56Mhz e 868Mhz, vari formati
www.ceracartag.com

Annunci Google

la Web-TV di Agorà gratuita sul tuo sito

Nella stessa rubrica

Comunicazione: le aziende ripensino le strategie

TELECOMINCONTRA per il Festival delle Città Impresa

Aerox Fiat Yamaha Team Race Replica 2010: spirito vincente, prestazioni da Gp!

Mitsubishi i-Miev - in giro per l'Europa in attesa del conto alla rovescia

La primavera sta per arrivare, e con "Season PitStop" Yamaha non ti lascia mai solo...

Siemens e Alessandro Borghese A Eurocucina uno showcooking... da vero gentiluomo.

Anche NVIDIA protagonista della notte degli Oscar 2010: tutti i film nominati nella categoria effetti speciali visivi hanno utilizzato le GPU NVIDIA

Dicembre da record per PensieriParole.it

Risultati di vendita Ford Italia 2009

Philips si affida al Cloud Computing di T-Systems

In vendita la nuova S-Line pro series di teli coprigambe Yamaha

EditoriaWeb. GoogleNews contro pay-per-news. La Libertà di stampa e' in sospenso

Oggi: Lancio sul mercato: Mobisat - GPS Tracker M102 PRO

T-Systems e Reale Mutua, il Disaster Recovery diventa intelligente

PensieriParole... e immagini.

0 | 15 | 30 | 45 | 60

by ComingSoon.it

eccellenza, il telefono cellulare, non considerando in questa prima Ricerca altri device mobili, quali laptop, tablet, terminali industriali, palmari, consolle, giochi portatili, lettori mp3. Sono state prese in analisi tutte le tecnologie wireless con cui un telefono cellulare può interagire: reti cellulari (Gsm, Gprs, Umts, Hsdpa, ecc), Dvb-h, Wi-Fi, RFID, Bluetooth.



Ad oggi la maggior parte delle esperienze si basa sulla rete cellulare, anche se non mancano sperimentazioni,

seppur ancora in fase embrionale, che utilizzano altre tecnologie come il Dvb-h e il Bluetooth. Sono invece praticamente assenti casi di applicazioni basate su RFID e Wi-Fi a causa principalmente della carenza di cellulari con incorporate queste tecnologie. A livello tecnologico sono interessanti le sperimentazioni di tecnologie basate su codici di riconoscimento, molto diffuse in Giappone, che consentono di rendere interattivi mezzi di comunicazione statici come affissioni o inserzioni su giornali e riviste.



Già oggi il canale Mobile può rappresentare un potente mezzo di comunicazione. Le opportunità applicative sono davvero molteplici e in alcuni casi hanno apportato significativi benefici alle organizzazioni che le hanno sapute sfruttare, anche se non mancano alcune criticità.

Il mercato è pronto, il canale è diffuso capillarmente, molto di più di altri come ad esempio i pc: ma allora come mai le aziende tardano ad utilizzarlo per comunicare con i propri clienti e fornire loro servizi?

Sono ancora molto poche le imprese - ha dichiarato **Umberto Bertelè**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio, insieme a **Giuliano**

Noci e Andrea Rangone - che stanno utilizzando in modo strategico queste soluzioni. La principale motivazione è la scarsa conoscenza delle applicazioni disponibili e la bassa percezione del loro valore. Proprio a questo fine riteniamo fondamentale fare cultura in tal senso. Non è un caso che siano ben tre i nostri osservatori che si occupano di Mobile, dal lato dei contenuti, dal lato delle applicazioni b2b e b2c e oggi anche dal lato del Marketing e dei Servizi. Sia per penetrazione sulla popolazione, sia per diffusione di terminali 3G, l'Italia è prima in Europa e molto avanti anche rispetto agli Stati Uniti. Questo primato deve essere sfruttato dalle imprese italiane in termini di competitività sia all'interno dei confini nazionali, sia in ambito internazionale. Sarebbe un gravissimo errore non essere in grado di sfruttare questo iniziale vantaggio competitivo."

"Spesso si parla di rivoluzioni indotte da una nuova tecnologia. - prosegue **Giuliano Noci** - Certamente la maggiore innovazione degli ultimi anni è la possibilità di interagire direttamente con i propri interlocutori. Questa possibilità, già molto ampia nelle tecnologie web based, raggiunge livelli estremi di personalizzazione del contatto nel caso del Mobile. Se da un lato questa è una grande opportunità concessa alle aziende, dall'altro sarà fondamentale sapere trovare nuovi format di comunicazione che siano rispettosi della Privacy e capaci di rendere più efficace la relazione. Non saranno certamente premiate campagne invasive o iniziative semplicemente importate da altri media."

"La ricerca ben evidenzia - afferma **Andrea Rangone** - come il Mobile rappresenti un efficace canale per la gestione di una molteplicità di servizi rivolti all'utente finale: dalla possibilità di ricevere informazioni su orari, condizioni del traffico e tempi di percorrenza dei mezzi di trasporto pubblici alla possibilità di prenotare o disdire una visita medica, dalla possibilità di pagare il parcheggio e i biglietti di ingresso ad eventi all'opportunità di operare sul proprio conto corrente. In molti di questi casi sono stati raggiunti ottimi risultati, a livello sia di benefici tangibili (aumento dei ricavi o riduzione dei costi) sia di benefici intangibili (miglioramento del livello del servizio e dell'immagine). Non mancano, però, alcune criticità legate ad una non sempre corretta gestione del servizio in tutte le sue fasi (ad esempio, nel caso di servizio basato su Sms, dalla raccolta Opt-in dei dati alla gestione Opt-out degli utenti, dall'invio dei messaggi alla gestione della privacy)"

Di seguito le principali evidenze empiriche riscontrate a livello di Mobile Marketing e Mobile Service Management:

Mobile Marketing

medievista **Gabriele Zaccagni**

Storia, varietà e tradizione per la XXXI° Versiliana

Sul palco il quartetto barese dei Fabularasa e il polistrumentista americano **Paul McCandless**

Moda e tendenze

Spazio da Vivere

Sport

Viaggi

Impresa

Economia e Finanza

Impresa

Marketing e Comunicazione

Cronaca

A Fasano gli agricoltori si mobilitano

Ad ottobre presentazione matern plan su Corviale

Con un by-pass prelevavano abusivamente l'acqua gli occupanti di una palazzina

Conoscere idee e consegnare le bandiere del territorio

don **Francesco Cassol** ucciso ad Altamura

Illegittima la bocciatura

Litorali puliti": un progetto della Provincia di Brindisi

Non si apre paracadute, in fin di vita **Pietro Taricone**

Gossip

Consumatori

La cronaca della tua città

Servizi

Astrologia

Sostieni Agorà

Le foto di **Guido Laudani**

India: Gruppo **Milon Mela** di Calcutta

Spazio Agorà

Spazio Agorà

Concessionaria Pubblicità

Shopping Agorà@

Shopall

Primo Piano

Spazio Multimediale

Internet: La democrazia sotto schiaffo

LA WEB-TV PER IL TUO

SITO WEB

Sondaggi

Formazione

Corso di giornalismo fotografico multimediale 1ª edizione

Corso di giornalismo fotografico multimediale: presentazione

I Corsi di Formazione Agorà Magazine: Video reporter

Le vignette di Piccione

Il vignettista Piccione primeggia nella satira a Brunetta

Scajola si dimette... e si gode la casa (vignetta satirica)

23 I Partner di Agorà

In questo ambito la Ricerca ha analizzato 60 casi appartenenti a diversi settori (largo consumo, beni durevoli e servizi), studiando l'utilizzo del canale Mobile sia per attività promozionali (Mobile Promotion) sia per campagne pubblicitarie (Mobile Advertising).

A livello di **Mobile Advertising**, il Mobile inizia ad essere utilizzato come ulteriore mezzo in una pianificazione Media più ampia, sia con obiettivi generali di diffusione della conoscenza e della reputazione della marca, sia con obiettivi più specifici legati, ad esempio, allo stimolo di una call to action anche su canali diversi, quali il call center.

A livello di **Mobile Promotion**, il Mobile è principalmente utilizzato con l'obiettivo di "svecchiare" meccaniche consolidate come l'invio di coupon via posta o la raccolta a punti cartacei, e viene utilizzato come ulteriore canale di interazione tra consumatore e impresa ad integrazione dei canali più tradizionali (posta, ivr, web). Coerentemente con le caratteristiche intrinseche del canale, le campagne di Mobile Marketing spesso sono indirizzate ad un target giovane (rappresentato dai giovani di età tra i 18 e 30 anni) e sono utilizzate per comunicare prodotti in portafoglio con un posizionamento con tratti innovativi nei valori differenzianti.

La piattaforma tecnologica maggiormente utilizzata è rappresentata dagli Sms, data la loro elevata diffusione tra la popolazione, seguita dagli Mms e dai Videomessaggi, utilizzati questi ultimi per creare maggior livello di engagement, seppur su un bacino di utenti attualmente ancora limitato. Inizia però a crescere anche l'utilizzo del Mobile site, anche se nella maggior parte dei casi come canale integrato all'invio di Sms e/o di Mms. È difficile ad oggi, considerata la scarsa numerosità delle esperienze di Mobile Marketing, esprimere valutazioni puntuali sui risultati di questo nuovo canale, anche se non mancano casi estremamente positivi. Occorre però anche evidenziare alcune criticità emerse dall'analisi empirica, relative per esempio ad una efficace gestione del processo creativo coerente con il canale e al rischio di essere percepiti invasivi da parte del cliente.

Mobile Service Management

In questo ambito l'analisi si è basata su 63 studi di caso relativi a diversi settori (Intrattenimento, Turismo, Largo consumo, Finance, Trasporto persone, Sanità, ecc.), che hanno consentito di studiare puntualmente l'impatto delle tecnologie Mobile sulle diverse attività del processo di gestione della relazione con il consumatore: Supporto Pre-Vendita, Prenotazione, Transazione, Pagamento e Comunicazione Post-Vendita.

A livello di piattaforme tecnologiche di erogazione, anche in questo ambito, l'Sms è la tecnologia predominante: anche per la sua elevatissima diffusione e semplicità d'uso. Iniziano a diffondersi sempre di più anche i Mobile site grazie soprattutto alle nuove tariffe di navigazione flat introdotte dagli operatori di telefonia e all'introduzione dei domini ".mobi" (che portano ad una maggiore standardizzazione e usabilità dei Mobile site). Ancora limitato - ma con potenzialità di crescita interessanti - il ricorso per il Mobile Service Management a software applicativi da scaricare e installare sul proprio telefonino. La maggior parte delle applicazioni riscontrate sul mercato sono molto semplici: implementano funzionalità abbastanza elementari, non hanno comportato elevati investimenti, anche perché sono gestite in outsourcing da provider specializzati, non sono integrate ai sistemi informativi aziendali. Solo raramente sono accompagnate da azioni di change management organizzativo. Nonostante questa situazione, in molti casi sono stati raggiunti ottimi risultati.

L'Osservatorio in questa prima Ricerca ha cercato di stimare alcuni segmenti del mercato del Mobile Marketing & Service in Italia: il mercato del Mobile Advertising, inteso come spesa per spazi pubblicitari su tutte le piattaforme Mobile (Sms, Mms, Mobile Site, Dvb-h, ...), che dovrebbe raggiungere alla fine del 2007 circa 28 milioni di €, con un incremento del 77% rispetto all'anno precedente; il mercato della messaggistica Sms Bulk alla base del Mobile Service Management e del Mobile Marketing, che nel 2007 dovrebbe superare i 50 milioni di € con un incremento del 32% rispetto al 2006.

(*) Questa prima edizione dell'Osservatorio Mobile Marketing & Service è stata realizzata con il patrocinio di IAB Italia, con il supporto di A-Tono, Buongiorno Marketing Services, Dada, Gruppo Telecom Italia, Il Village, MediaCom Italia, Moby, Niumidia Adv, Nokia Italia, One Italia, Sybase 365, Ubiquity, Vodafone Italia ed in collaborazione con Dynamic Fun, FUTURELAND.it, Neodata Group, Nielsen Media Research e Xiam Technologies.

La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti, e circa 80 fra dottorandi e collaboratori alla ricerca, dal 2003 accoglie le attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi economia, management e industrial engineering. Fanno parte della Scuola il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano. Nel 2007 ha ricevuto l'accreditamento EQUIS.

Gli Osservatori ICT e Strategia (www.osservatori.net) della School of Management vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati, ecc.

Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Rfid, Mobile & Wireless Business, eProcurement, eSupply Chain, eCommerce B2c, Nuovi Sistemi Informativi-Enterprise 2.0, ICT Strategic Sourcing, CIO-ICT Strategy & Governance, ICT & PMI, Mobile Content, Mobile Marketing & Service, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, New TV, Intelligent Transportation Systems, ICT & Disabilità, Information Security Management, CIO in Sanità.

Per ulteriori informazioni:

School of Management Politecnico di Milano

Barbara Balabio

Tel. 02 2399 9578

email barbara.balabio@polimi.it

Skype barbara.balabio

Mirandola Comunicazione

Marisandra Lizzi

Tel.: 0524/574708 - 348/3615042

email marisandra@mirandola.net

Skype marisandralizzi

 [Versione per la stampa](#)

 [Segnala](#)

 [Rispondere all'articolo](#)

Segnala questa notizia su



[Agenzia pubblicitaria](#)

Graphic Marketing Web Multimedia Strategie e consulenze aziendali



[Bluetooth e datamatrix](#)

Bluecode: barcode datamatrix nelle campagne di proximity marketing.

Annunci Google

- [Redazione](#)

Articoli di questo autore

- ["Per il sorriso dei bambini in ospedale. Dieci Dottor Sogni per dieci ospedali italiani"](#)
- [Terra Santa: Fermate la violenza](#)
- [Il 1° dicembre a Berlino un dibattito sul futuro della gastronomia italiana promosso da "Amici Ciao Italia"](#)
- [DUCATI STREETFIGHTER: la moto più bella del EICMA 2008](#)
- [Slow Food a quota 100mila soci](#)
- [\[...\]](#)

[Rispondere all'articolo](#)

[Home page](#) | [Contatti](#) | [Mappa del sito](#) | [Area riservata](#) | [Statistiche delle visite](#) | visite: 6285069

Registrato al Tribunale di Roma n° 358/2007 del 27 luglio 07 Edito da Ass.ne Spazio Agorà CF/IVA 97467680589

Diretto da: **Umberto Calabrese**

Realizzato da: **Alessandro Rossi**
web marketing

[RSS](#) [IT](#) [RSS](#) [Impresa](#) [RSS](#) [Marketing e Comunicazione](#) ?

