

## Parte l'Osservatorio Multicanalità 2008

Del: 15/07/2008

Il web 2.0 avanza, l'iPhone è ormai arrivato anche in Italia, la comunicazione e gli utenti sono sempre più multicanale. Comunicare è ora più che mai un imperativo categorico, ed è proprio il caso di dire che il fine (ovvero il comunicare) giustifica i mezzi. Detto ciò, l'Osservatorio Multicanalità non poteva che diventare permanente. Anche quest'anno l'Osservatorio Multicanalità è ai nastri di partenza: alla luce del successo e dei consensi ottenuti nel 2007, Nielsen Online, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano hanno deciso di dare continuità al progetto. Anche la nuova edizione ha anima 2.0: il dibattito sulla 'multicanalità' è sempre acceso sul sito [www.multicanalita.it](http://www.multicanalita.it) che nello spazio 'News' ospita post e commenti della business community.

Importanti aziende di settori diversi hanno creduto nel progetto e sponsorizzato l'Osservatorio Multicanalità 2008. Main Sponsor: Microsoft Advertising (che ha rinnovato la sponsorship), Secondamano.it, SkyRec, Vodafone. Associate Sponsor: BCC Multimedia, Fater, ING Direct, Seat Pagine Gialle. Supporting Sponsor: Affinion International, AssoComunicazione, Navteq, OMD, Plantronics. Media Partner: Daily Net, Largoconsumo, Netforum.

Come nel 2007, il cuore del progetto è costituito dalla ricerca sul panel ACNielsen Homescan - 3000 le famiglie coinvolte per un totale di 7000 individui con età superiore ai 14 anni - finalizzata a capire, misurare e verificare se la 'multicanalità' stia realmente assumendo un ruolo rilevante nella quotidianità degli italiani. I risultati della ricerca saranno integrati e supportati da ulteriori analisi dei database ACNielsen e Nielsen Online (statistiche, accessi, dinamiche, trend).

*"Rispondere alla domanda 'Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?' sintetizza l'obiettivo della ricerca 2008 - ci spiega **Giuliano Noci**, ordinario di marketing presso la School of Management del Politecnico di Milano - Quest'anno stiamo analizzando in dettaglio anche il consumo dei media dei consumatori italiani e se, e in che misura, le strategie di marketing delle imprese sono coerenti con i profili emergenti. In particolare vorremmo capire se permangono approcci di sperimentazione alla multicanalità o se esistono approcci maturi di sinergie tra i brand touchpoint".*

*"La precedente edizione dell'Osservatorio ha dimostrato l'esistenza di un target di 5,5 milioni di italiani con una propensione, trasversale rispetto a età e area geografica, a cercare informazioni attraverso più canali - continua Giorgio Ferrari, Media & Entertainment Industry Manager Ac Nielsen Italia - Siamo certi che questo target sia molto interessante per le aziende, per questo si rende necessaria un'analisi approfondita del suo rapporto con i nuovi canali di comunicazione, della sua capacità di interazione e partecipazione attiva a tutte le fasi del processo d'acquisto".*

*"Internet, social network, blog, mobile, TV digitale interattiva, stanno cambiando il modo di fare marketing - dichiara **Cristina Papini**, Sales & Project Manager Nielsen Online - Il web sta ridisegnando i rapporti tra aziende e consumatori, nonché il ruolo stesso del consumatore. I social network ad esempio sono ormai luogo d'incontro e ritrovo virtuale sempre più frequentati. Nell'era della comunicazione digitale le aziende non possono non tenere conto di strategie multicanale".*

*"L'Osservatorio Multicanalità per primo ha approcciato in modo nuovo le tematiche legate alla comunicazione innovativa e a tutto quello che implica l'era 2.0 - conclude **Giovanni Pola**, Direttore Marketing e Vendite di Connexia - Mappare il consumatore e i suoi comportamenti, il suo rapporto con la multicanalità, il dinamismo e la proattività che ora più che mai lo caratterizzano, è fondamentale e necessario per fornire alla aziende tutte le evidenze da cui le strategie di marketing e comunicazione non possono più prescindere".*

Angela D'Aprile

In libreria

In agenda

### 1 11° Master Marketing Management

Formazione 24ORE Dal: 04/10/2010

Photo gallery

On air

Marketing job

Latest news

Archivio storico

Tra il  e il

