



Raimondo Zanaboni

RCS Pubblicità

TOTAL AUDIENCE

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

INTERNET:
Minaccia o opportunità?

Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

01 Scenario

Cambia il modello di fruizione dell'informazione



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

01 Scenario

Cambia il modello di fruizione dell'informazione

La rivoluzione digitale:

- › Consumatore attivo e non più passivo
- › Palinsesto informativo custom made
- › Interazione con il veicolo informativo
- › Contenuto generato dagli utenti



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

01 Scenario

Cambia il modello di fruizione dell'informazione

La rivoluzione digitale:

- › Consumatore attivo e non più passivo
- › Palinsesto informativo custom made
- › Interazione con il veicolo informativo
- › Contenuto generato dagli utenti

Conseguenza: difficoltà ad intercettare il consumatore



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

02 Il valore del brand

La marca come elemento di garanzia

- › Autorevolezza
- › Credibilità
- › Criterio selettivo



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

02 Il valore del brand

I siti informativi più frequentati
Consultati sul web sono quelli dei quotidiani



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

▮ Dalle pagine
alla connessione con i consumatori

Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

▮ Dalle pagine
alla connessione con i consumatori

▮ OFFERTA TOTAL AUDIENCE

Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

▮ Total Audience per Brand:

- Aggrega il target secondo valori di fedeltà alla marca
- Il vantaggio per il CLIENTE

Ampliamento della copertura



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

▮ Total Audience per Brand:

- › Aggrega il target secondo valori di fedeltà alla marca
- › Il vantaggio per il CLIENTE
- › Il vantaggio per l'EDITORE

Competere su tutti i budget



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

▮ Total Audience per Brand:

- › Aggrega il target secondo valori di fedeltà alla marca
- › Il vantaggio per il CLIENTE
- › Il vantaggio per l'EDITORE

6.370.000 lettori di Corriere della Sera nella settimana
l'89% esclusivi vs Corriere.it



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

▮ Total Audience per Brand:

- › Aggrega il target secondo valori di fedeltà alla marca
- › Il vantaggio per il CLIENTE
- › Il vantaggio per l'EDITORE

3.545.000 utenti di Corriere.it nella settimana
il 69% esclusivi vs il Quotidiano



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

▮ Total Audience per Brand:

- › Aggrega il target secondo valori di fedeltà alla marca
- › Il vantaggio per il CLIENTE
- › Il vantaggio per l'EDITORE

8.816.000 contatti netti settimanali



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

■ Total Audience per Contenuto

- › Aggrega il target per interesse ad uno specifico contenuto
- Nautica



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

Total Audience per Contenuto

- Aggrega il target per interesse ad uno specifico contenuto
- Donna



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

03 Nuovo modello di offerta pubblicitaria

■ Total Audience per Contenuto

- Aggrega il target per interesse ad uno specifico contenuto
- Casa e design



Total Audience

Dall'offerta per mezzo all'offerta per audience

INTERNET:
Minaccia o opportunità?