



**General interest vs vertical channel**

**Gruppo 24 Ore**

**Cambiare piattaforma ripensando l'editoria**

*Tecnologie di Prodotto*

Bologna 17 giugno 2015

# Indice

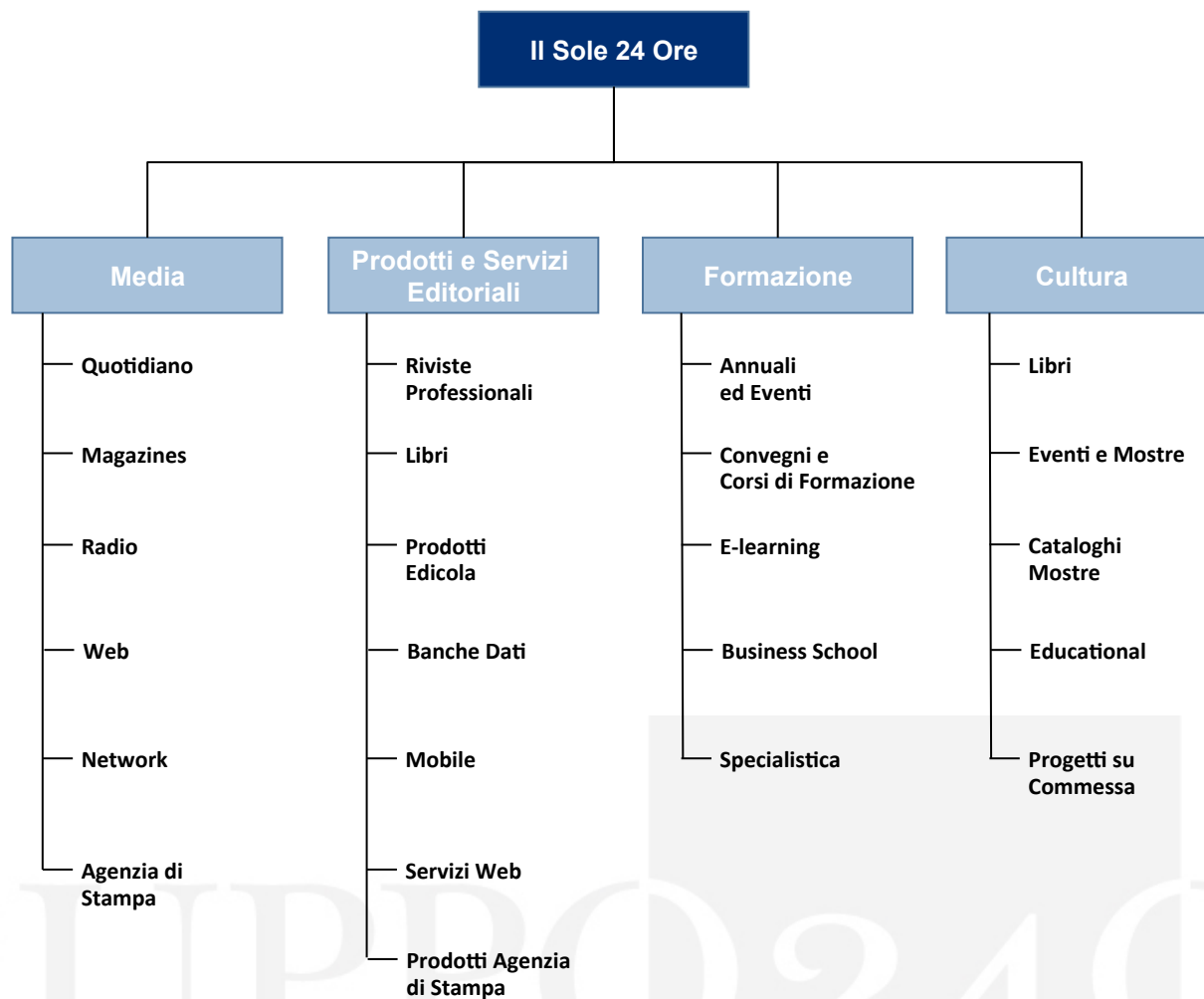
---

- **Corporate overview** - Il Gruppo 24 Ore e i suoi clienti
- **Cambiare piattaforma** - le ragioni del cambiamento
- **La vision aziendale** - cosa fare
- **Le opportunità tecnologiche** - CMS cross media e integrazione con le Banche Dati
- **La nuova piattaforma editoriale** - analisi, progettazione, e realizzazione
- **L'architettura informatica** - under the hood
- **Le scelte organizzative** - governare il cambiamento
- **I processi di lavorazione cross media** - ottimizzazione dei processi e della delivery
- **I nuovi prodotti** - personalizzazione e valore aggiunto per il cliente
- **Le evoluzioni in corso** - oltre il progetto, i prossimi passi

GRUPPO 24 ORE

## Corporate overview - il Gruppo 24 Ore e i suoi clienti

### Le linee di business del Gruppo 24 Ore



# Corporate overview - il Gruppo 24 Ore e i suoi clienti

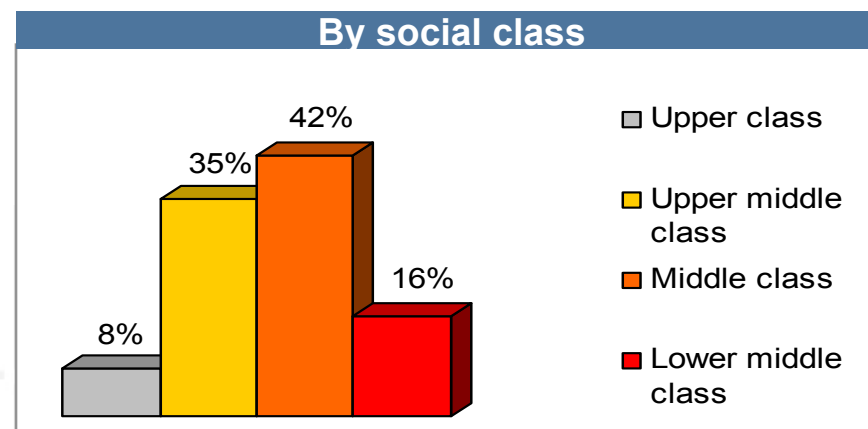
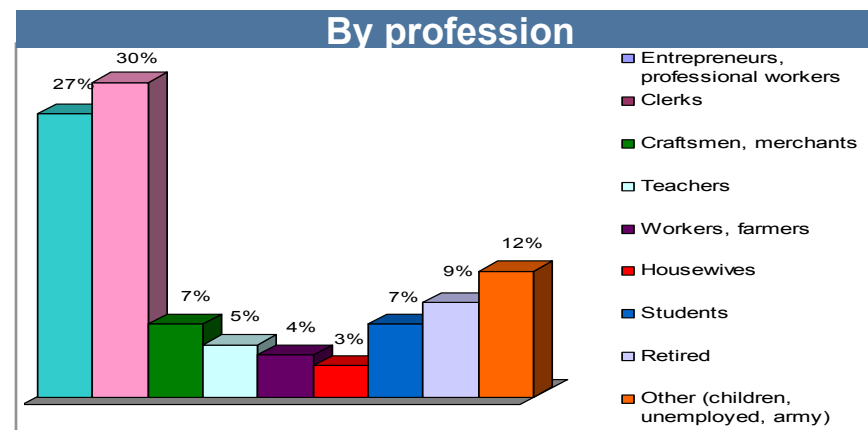
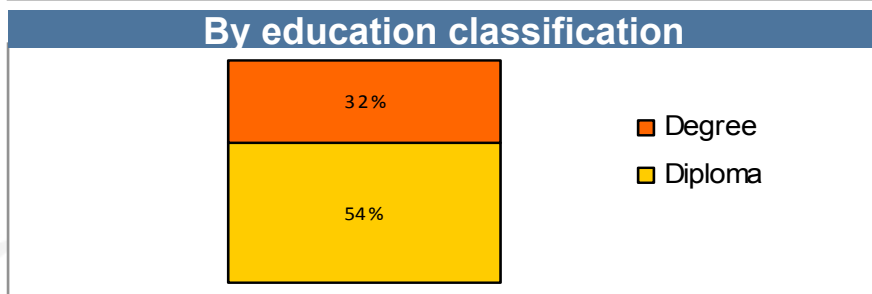
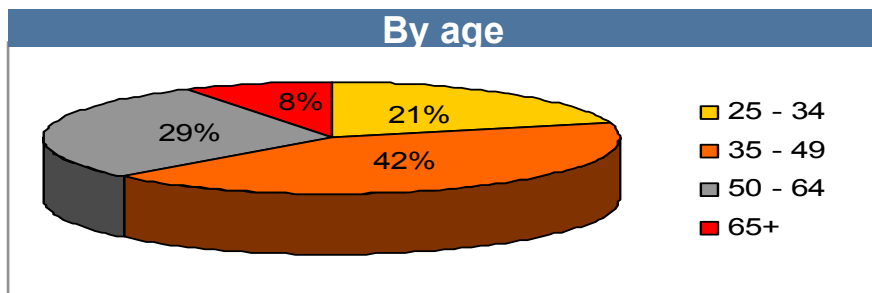
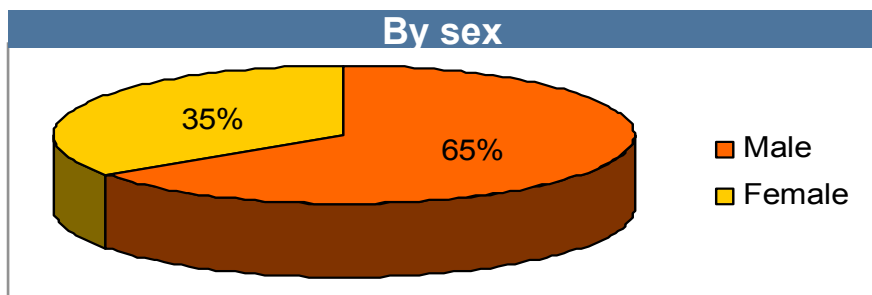
## Linee di Business

## Descrizione dei prodotti

Media	Quotidiano	Il Sole 24 Ore e i suoi dorsi e supplementi (es: Nova, Plus 24, etc.)
	Quotidiani Digitali	Quotidiani digitali tematici specializzati: Italy 24, Quotidiano Enti locali & PA, Quotidiano del Fisco, Quotidiano del Diritto, Quotidiano del Condominio, Quotidiano Edilizia & Territorio, Quotidiano del Lavoro, Scuola 24, Finanza 24, Sanità 24.
	Magazines	How to Spend it, IL, La vita Nova, L'Impresa, Aspenia
	Radio	Radio 24
	Web	Ilsole24Ore.com, Shopping24.it, Professioni e Imprese 24, Tecnici 24, Diritto 24
	Network 24 Ore System	Raccolta pubblicitaria per: Media Nazionali, Digital network Websystem, Media Esteri
	Agenzia di stampa	Il Sole 24 Ore Radiocor
Prodotti e servizi editoriali		Riviste Professionali, Libri, Banche Dati, Servizi Web, Mobile, Prodotti Agenzia
Formazione		Business School, Master di specializzazione, Formazione a distanza, Eventi
Cultura		Libri, Eventi e Mostre, Cataloghi, Progetti su Commessa

## Corporate Overview - il Gruppo 24 Ore e i suoi clienti

Il brand Sole 24 Ore è leader nel settore economico/finanziario e normativo e I clienti di riferimento sono nell'ambito degli imprenditori e dei lavoratori professionisti (commercialisti, avvocati, etc.) . Principalmente il pubblico è maschile, nella fascia di età 35-49, ed è costituito da diplomati o laureati di ceto medio alto.



Marketing Digital 24 Ore - anno 2012

## Cambiare piattaforma - le ragioni del cambiamento

---

Nel corso del 2011 Il Sole 24 Ore ha avviato un processo di cambiamento, che riconsiderava le modalità di ideazione e di realizzazione dei prodotti, e che comportava una revisione complessiva dell'infrastruttura tecnologica a supporto.

*I motivi del cambiamento erano sia esterni all'azienda:*

➤ **Il cambiamento di paradigma di fruizione dei contenuti**

dovuto a internet, ai nuovi media, e alle nuove modalità di consumo informativo dei clienti

➤ **La congiuntura economica**

crisi economica iniziata nel 2008 causava una contrazione dei consumi e quindi una riduzione contemporanea sia delle copie vendute che dei ricavi pubblicitari

la

*che interni all'azienda:*

➤ **La complessità dei processi di lavorazione multicanale e multiprodotto**

il Gruppo come molte Media Company era il risultato di diverse acquisizioni societarie, e quindi i sistemi di produzione erano rigorosamente separati in un ottica di silos verticali dove ciascun tipo di media (quotidiano, magazine, agenzia, sito web, banca dati, radio, etc.) utilizzava un proprio sistema editoriale «best of breed», e dove i contenuti dei vari canali/prodotti non erano disponibili e riutilizzabili tra le diverse linee di business.

GRUPPO 24 ORE

## La vision aziendale - cosa fare

I vertici dell'Azienda e la Direzione Editoriale a partire dal 2011 hanno impostato una strategia evolutiva basata sui seguenti obiettivi:

### 1. Fornire valore aggiunto ai clienti (target professional)

promuovendo lo sviluppo efficiente di prodotti multicanale personalizzati e personalizzabili, basati sulle esigenze delle diverse categorie. Il cliente trova tutto ciò di cui ha bisogno in prodotti che, mediante un'attività di «curation» contengono i contenuti di interesse raccolti tra tutti i prodotti del Gruppo, e i contenuti creati ad hoc. Il tutto inserito in un «palinsesto editoriale» in grado di seguire il cliente nell'arco delle 24 ore.

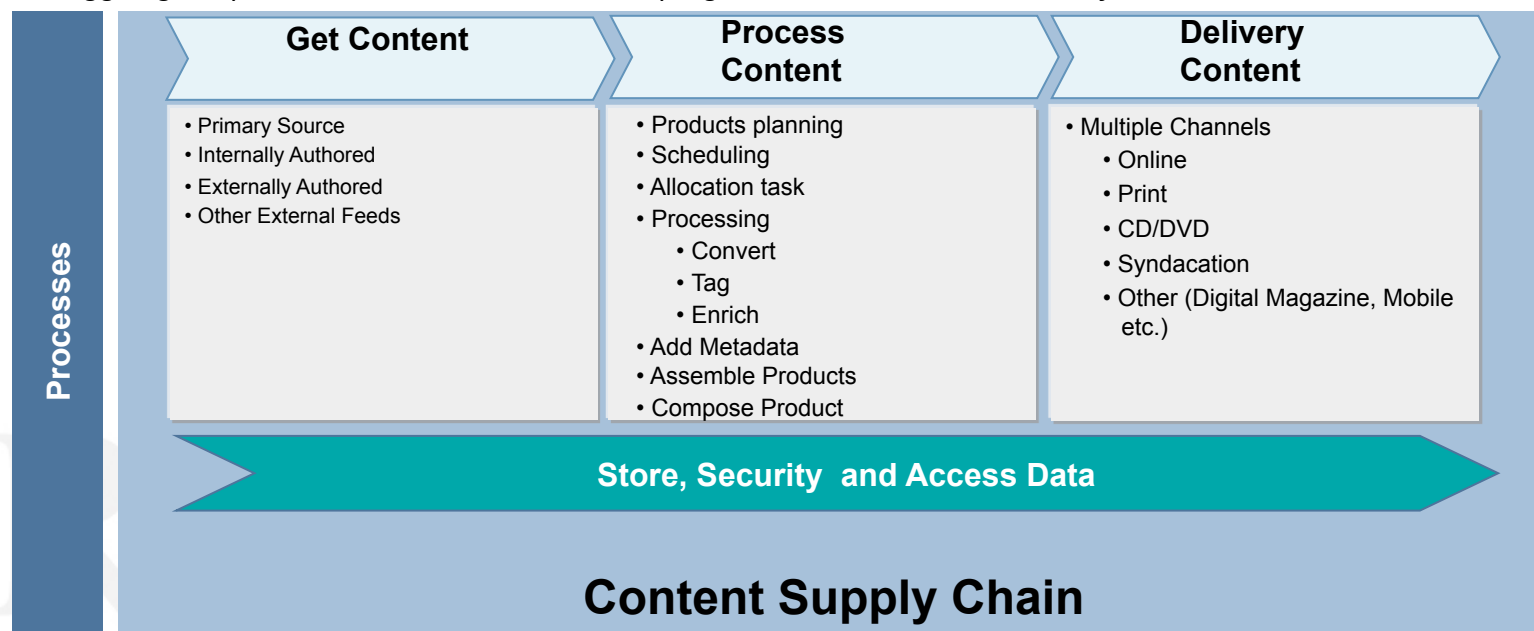
### 2. Ridurre il time to market

ottimizzando i tempi di sviluppo dalla ideazione al delivery di un nuovo prodotto, in modo da cogliere le opportunità che si presentano quotidianamente (es: possibilità di realizzare velocemente instant book, inserti, dossier digitali, etc)

### 3. Razionalizzare i processi di lavorazione multicanale e multiprodotto

rendendo il più trasparente e semplice possibile per il giornalista e per gli addetti di produzione la ricerca, l'editing e la pubblicazione di un contenuto su più canali/prodotti.

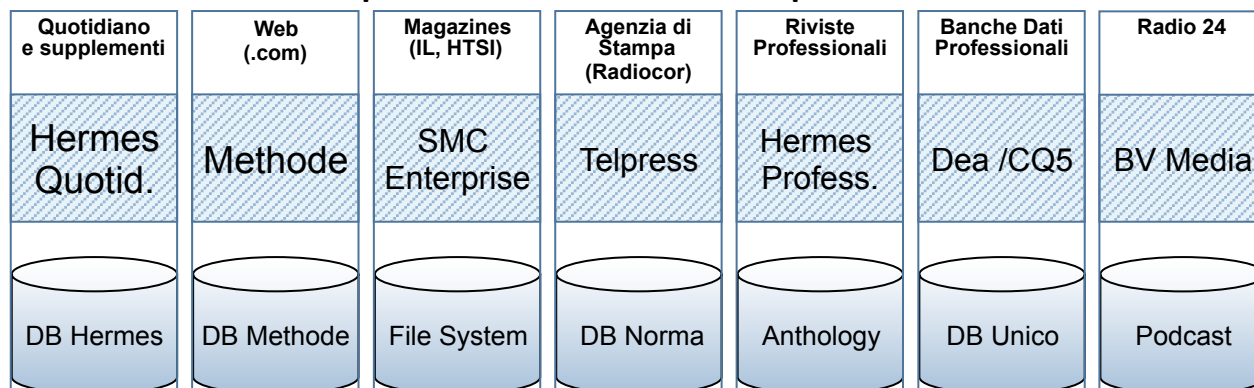
*Per raggiungere questi obiettivi è stato avviato un progetto di razionalizzazione e unificazione dei diversi CMS aziendali.*





# La vision aziendale - cosa fare

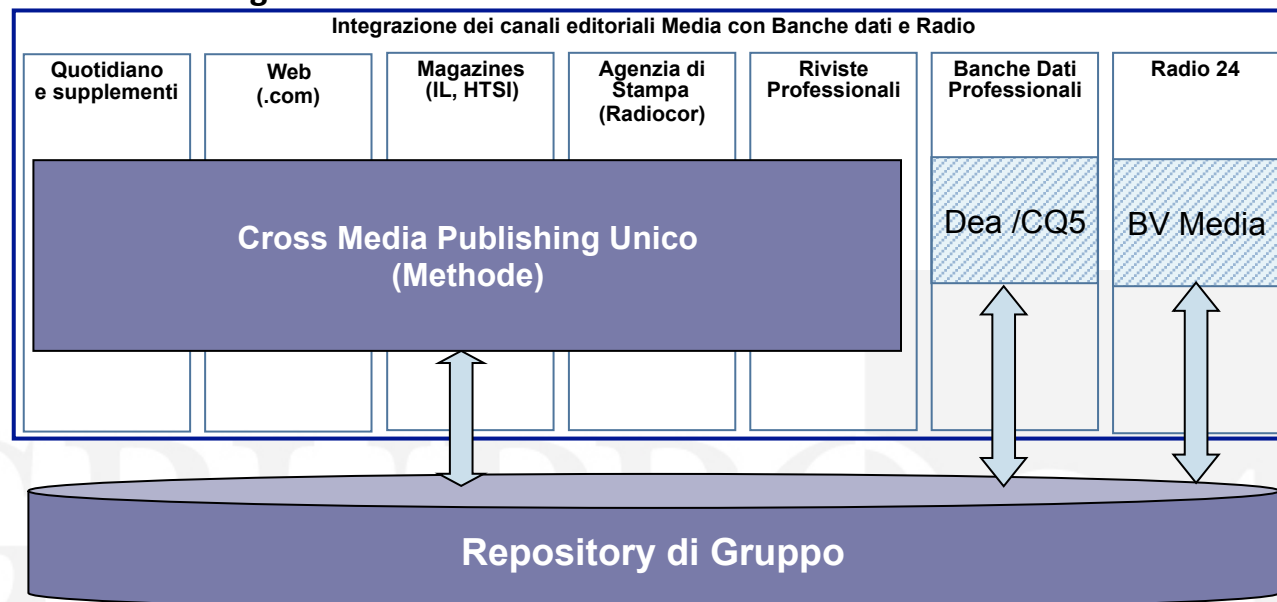
## Situazione iniziale con piattaforme a silos verticali per linee di Business



Per rispondere alle esigenze di business dal punto di vista tecnologico gli obiettivi principali erano:

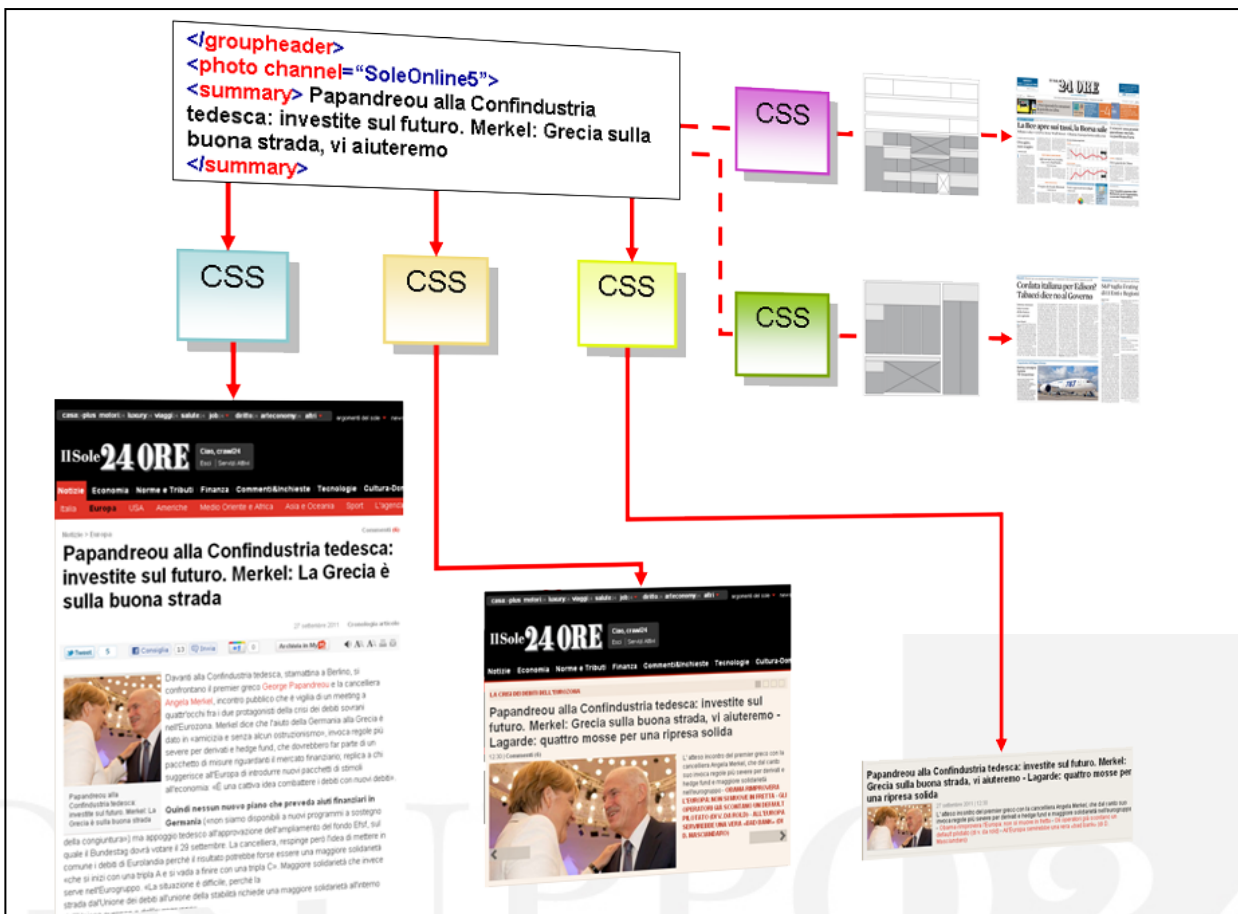
- **Fase 1:** Consolidare tutte le principali piattaforme editoriali dei vari settori del Gruppo in un unico sistema editoriale cross media publishing
- **Fase 2:** Interfacciare e rendere disponibile lato backend l'accesso ai contenuti e alla documentazione ufficiale presenti nelle Banche Dati Professionali a tutte le redazioni (il consolidamento in un unico sistema editoriale in questo caso non era consigliabile)
- **Fase 3:** Interfacciare e rendere disponibili i contenuti audio di Radio 24 (anche in questo caso nessun consolidamento nel CMS unico)

## Modello di integrazione



## Le opportunità tecnologiche - CMS cross media e integrazione con le banche dati

Per raggiungere gli obiettivi di consolidamento tecnologico e di gestione multicanale e multiprodotto dei contenuti (Fase 1 ) è stata selezionata la piattaforma editoriale Méthode di Eidos Media già utilizzata al Sole 24 Ore in ambito web.



I vantaggi dell'utilizzo di un sistema cross media publishing come Méthode sono:

### Channel neutral - XML end-to-end

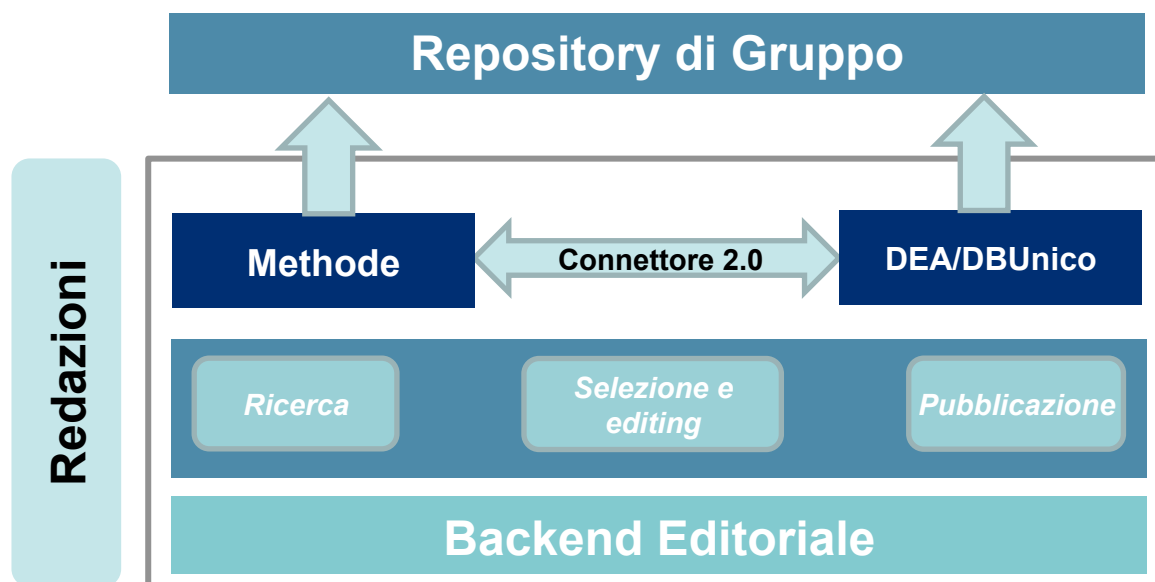
I contenuti editoriali in Méthode sono creati, gestiti ed archiviati nel formato standard XML che è indipendente dal canale. In questo modo il contenuto è rappresentato graficamente in pubblicazione grazie all'applicazione di fogli di stile CSS e (nei canali cartacei) di scheletri SVG.

### One story - many renderings

Questo approccio consente ad un'unica storia di essere pubblicata in diversi ambiti di prodotto con differenti formattazioni grafiche e tipografiche, e con titoli e testi alternativi, pur rimanendo un singolo oggetto editoriale dal punto di vista dei processi di editing e di archiviazione.

## Le opportunità tecnologiche - CMS cross media e integrazione con le banche dati

Per rendere disponibili alle redazioni i contenuti delle Banche Dati Sole (Fase 2) è stato poi realizzato lato backend un connettore tra il CMS editoriale Methode e il CMS proprietario delle Banche Dati Sole (DEA/DBUnico). Il connettore sviluppato internamente consente direttamente da Methode la ricerca e l'import per l'editing/pubblicazione di tutta la documentazione ufficiale presente nelle Banche Dati.



GRUPPO 24 ORE

# La nuova piattaforma editoriale - analisi, progettazione, e realizzazione

## Il progetto nei suoi passaggi principali

1. Analisi requisiti delle varie unità di business (funzionali, tecnologici e infrastrutturali)

Requisiti		Scheda descrittiva del requisito	
Funzionali		Requisito	Content Analytics - Gestione dei concetti
<ul style="list-style-type: none"><li>Definizione delle funzionalità messe a disposizione dalla soluzione di content unico per gli utenti (e.g. gestione di tassonomie, content analytics, elaborazione automatiche)</li></ul>		Macro-requisito	Classification & Retrieval
Tecnologici		Descrizione	I contenuti devono essere elaborati e analizzati per derivarne la natura semantica ai fini della classificazione. E' dunque richiesto un motore in grado di estrapolare i concetti centrali del contenuto attraverso un'analisi statistica e linguistica e la possibilità di gestire in modo manuale i concetti, per creare anche le relazioni tra di essi (entity enrichment)
<ul style="list-style-type: none"><li>Definizione delle caratteristiche tecniche della soluzione di content unico (e.g. integrabilità con i sistemi del Gruppo24Ore, storage technology, scalabilità)</li></ul>		Priorità	SHOULD (media)
Infrastrutturali		Vincoli-prerequisiti	Nessuno
<ul style="list-style-type: none"><li>Driver e parametri per il capacity planning in termini di utenti serviti, dimensione repository, dimensione tipologie contenuti, ecc.</li></ul>			

# La nuova piattaforma editoriale - analisi, progettazione, e realizzazione

## Il progetto nei suoi passaggi principali

### 2. Progettazione struttura dei contenuti di Gruppo (XML, DTD, Metadati)

Struttura del contenuto		Metadati del contenuto	
<b>Testatina</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	<b>LEGGE PRASSI GIURISPRUDENZA</b>	
<b>Titolazione</b>		<b>Provvedimento</b>	
<b>Occhiello</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Ente	SCADENZE
<b>Titolo</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Orga	Documento
<b>Sommario</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Tip	<b>Dati Tecnici: 1</b>
<b>Catenaccio</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Data	Data Creazione 05/10/2011
<b>Abstract</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Num	Data Pubblicazione 05/10/2011
<b>Estremo</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Este	<b>Dati di Pubblicazione: 0,N</b>
<b>Oggetto</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Sede	Business Unit Editrice, Professionale, Cultura
<b>Sentenza</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Sezi	Tipologia prodotto Quotidiano, Periodico
<b>TitoloMassima</b>	Paragrafo/%ParagraphText;   %Media;	Com	Prodotto Il Sole 24 Ore, Guida al diritto, Domenica
<b>%Media;</b>		Font	Fonte Testata Il Sole 24 Ore, Guida al diritto
<b>Testo</b>		Font	Fonte Canale Carta
<b>%BlockText;   %Media;</b>		N. Fo	Note Edizione Nazionale
<b>Intervista</b>		Data	Sogge Inserto Norme e Tributi
<b>Domanda</b>	%BlockText;	Font	Data i Sezione Economia e imprese
<b>Risposta</b>	%BlockText;	N. Fo	Data i Pagina 1
<b>Nota</b>	%BlockText;	Font	Didas Data Pubblicazione 05/10/2011, non di archiviazione
<b>Extra</b>	testatina, %BlockText;	N. Fo	Autot Ora Pubblicazione 23:30:35
<b>Tabella</b>	Struttura xhtml (thead/tcol/td/tr/..)	Se	Firma Numero Pubblicazione
<b>Note</b>	%BlockText;	Ist	Sigla <b>Dati di clip: 0, N</b>
<b>Sommarietto</b>	%BlockText;		Tipoc Position
<b>Breve</b>	%BlockText;		Lingu Lenght
<b>Firma</b>	%Firma;		<b>Dati di classificazione: 1</b>
<b>%Media</b>			Argomento Taxonomy
<b>EspertoRisponde</b>			Data i Persone Taxonomy
<b>Domanda</b>	Testo/Paragrafo		Data i Società Taxonomy
<b>Risposta</b>	Titolo/Paragrafo		Tipoc Brand Taxonomy
	Testo/Paragrafo		Desti Prodotto Taxonomy
			Outp Località Taxonomy
			Tipologia/Genere Intervista   Rubrica   commenti   ...
			Settori industriali Taxonomy

# La nuova piattaforma editoriale - analisi, progettazione, e realizzazione

## Il progetto nei suoi passaggi principali

### 3. Progettazione modello di classificazione dei contenuti (tassonomie globali e locali)

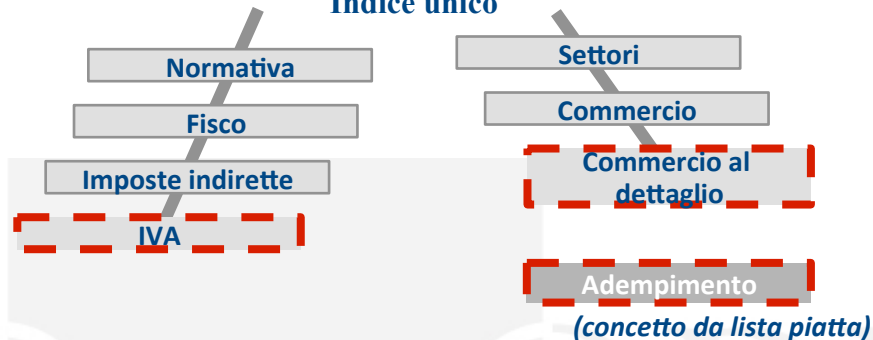
#### Struttura della tassonomia di classificazione tematica globale

- La tassonomia è formata da un insieme di alberi e da liste piatte di concetti
  - I legami degli alberi rappresentano inclusione stretta del figlio nel padre (es. “IVA” figlio di “Imposte Indirette”)
  - Gli elementi di diversi alberi e i concetti presenti nelle liste piatte possono essere incrociati all’interno dei documenti (es. si posso incrociare “Aliquota” con “IVA”, “IRPEF” e altre imposte).
- I concetti della tassonomia possono essere correlati fra loro anche da altri legami:
  - Legame di “Vicinanza”, a indicare che due concetti sono correlati. Il legame di vicinanza sarà usato ad esempio per poter espandere una ricerca
  - Legame di “Suggerimento”, di supporto agli operatori per l’eventuale classificazione manuale

#### Albero EUROVOC (area Professionale)



#### Indice unico



La categoria locale «Commercio al minuto e attività assimilate» verrà mappata sulle categorie globali «IVA», «Commercio al dettaglio» e associata al concetto «adempimento» della lista piatta

La struttura dell'Indice Tematico Unico del Gruppo24 Ore è una tassonomia formata da un insieme di alberi, liste piatte di concetti e da legami per esprimere le correlazioni

### Il progetto nei suoi passaggi principali

*Gli altri passaggi effettuati sono :*

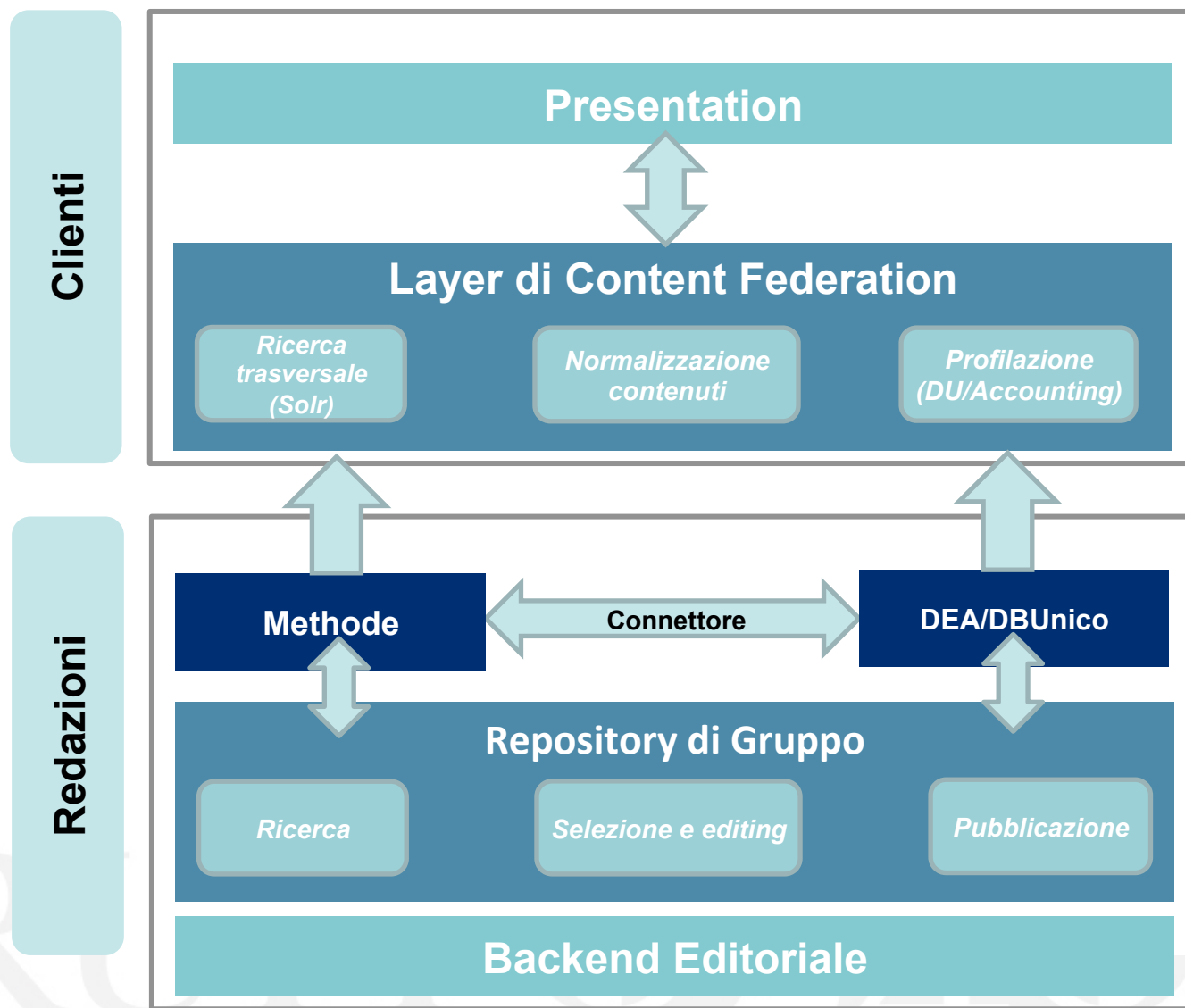
4. Progettazione infrastruttura hw e sw del CMS unico
5. Progettazione regole di migrazione dei contenuti dai vecchi CMS Editoriali
6. Pianificazione e realizzazione dei vari cantieri di migrazione:

- *Agenzia di Stampa*
- *Portale Web Editrice (ilsole24ore.com)*
- *Sito di Radio 24*
- *Connettore Methode-Banche Dati*
- *Portali Web area Professionale*
- *Timone pubblicitario Quotidiano*
- *Quotidiano e Supplementi*
- *Riviste e Libri area Professionale*
- *Connettore per contenuti audio Radio 24*
- *etc.*

GRUPPO 24 ORE

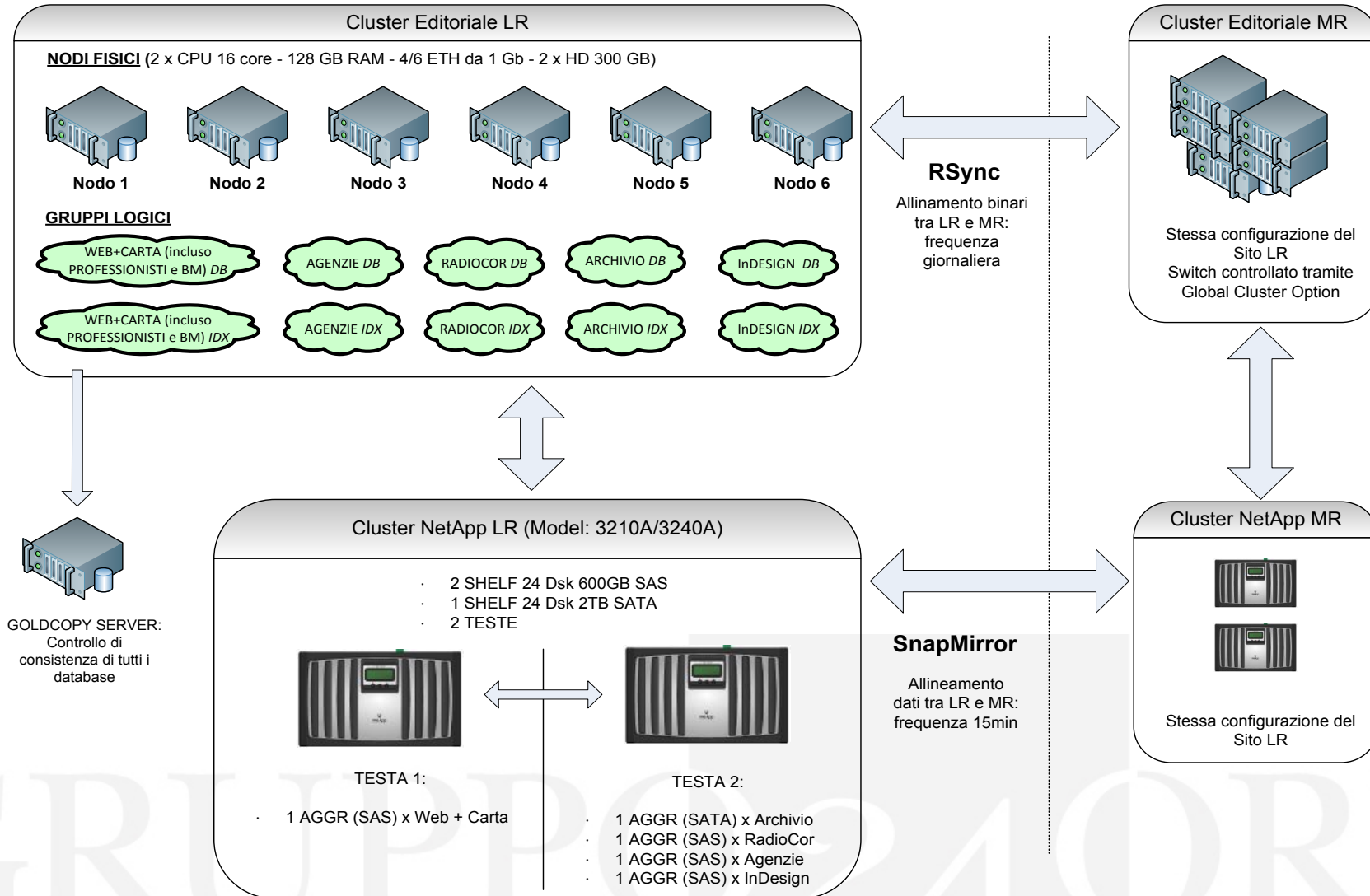
# L'architettura informatica - under the hood

L'architettura logica:



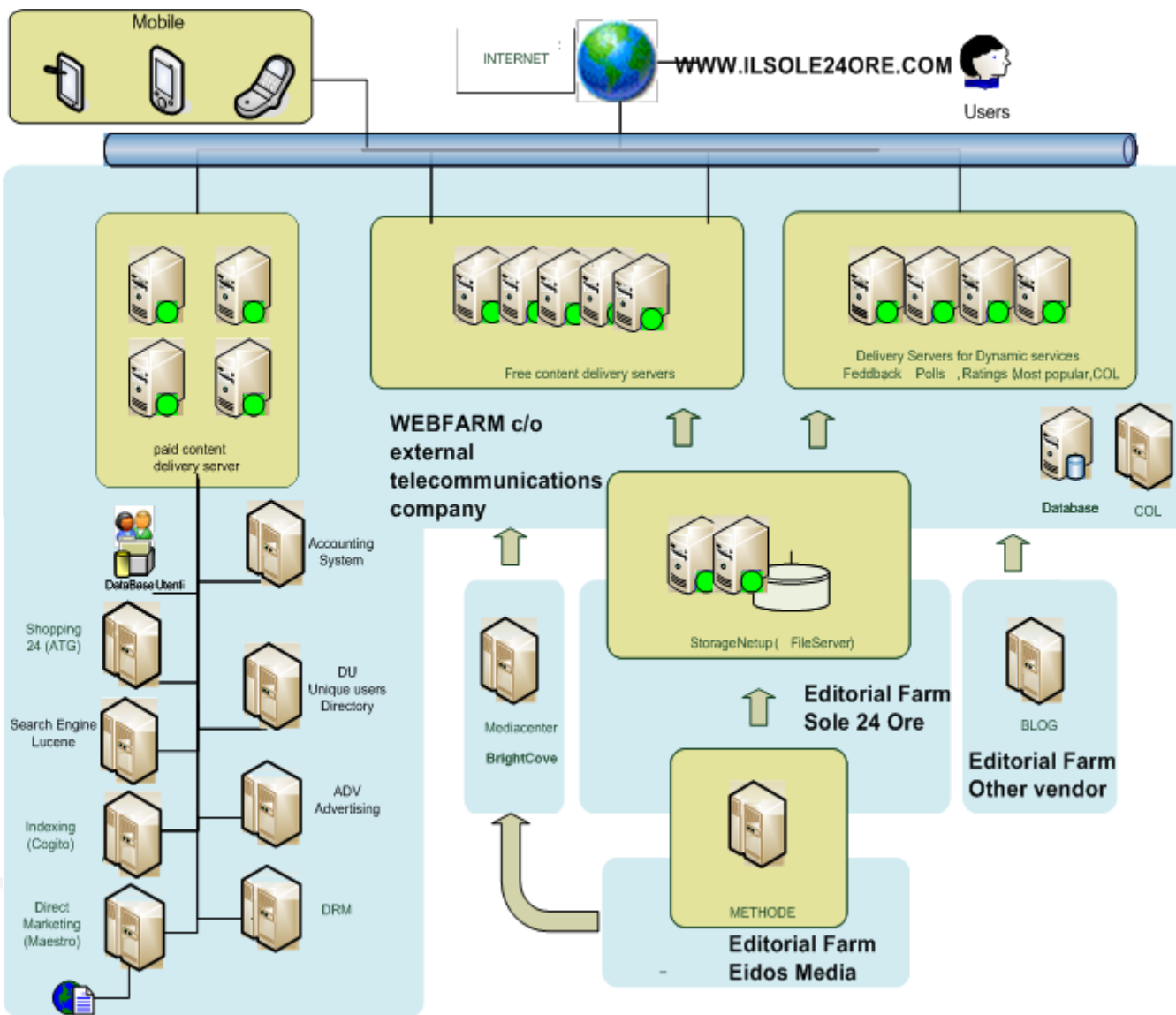
# L'architettura informatica - under the hood

L'infrastruttura hw e sw editoriale:



# L'architettura informatica - under the hood

L'infrastruttura di erogazione:



## Web farm info

• **Location:** in outsourcing presso la farm Telecom di Rozzano

## • Internet Access:

Accesso primario (600 Mbps)  
Accesso secondario (600 Mbps)

## Site Info [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com)

• **Front-end:** Server Intel e OS Enterprise Linux.  
Web Servers Apache, Storage su Cluster NetApp con Backup geografico ( 2 sites).

• **Back-end:** Piattaforma Editoriale Methode  
Connessa alla web farm mediante la MAN aziendale

• **ADV:** 24/7 Realmedia Open Adstream

## • DU (authentication system):

Unified Single sign On e User Profile system. Basato su Microsoft .NET / SQL,

## • Accounting (authorization system):

Server SUN - Pay per View, Billing (Accounting su Oracle BRM)

## • Serch Engine:

Unified Corporate Information Indexing and Information Retrieval su Apache Solr - Lucene platform su Linux servers.

## • BLOG:

Basati su Wordpress

## • Shopping:

Ecommerce su Oracle ATG con Merchandising e Recommendations services. Linux / Jboss.

## • Mediacenter:

Video Delivery mediante la piattaforma Brightcove

## • Dynamic Application on OpenSource:

(Polls, Feedback, Forum..)

## Le scelte organizzative - governare il cambiamento

---

Contemporaneamente al consolidamento e allo sviluppo tecnologico, alcuni cambiamenti organizzativi hanno accompagnato il percorso del progetto. I cambiamenti principali sono:

### ➤ **Direzione Editoriale unica**

Le redazioni del Quotidiano, del mondo Professionale, dell’Agenzia e della Radio sono passate tutte sotto un’unica responsabilità editoriale con un Direttore unico, e questo ha facilitato il processo di interscambio e di coordinamento nella lavorazione trasversale dei contenuti per la realizzazione dei nuovi prodotti digitali.

### ➤ **Direzione Marketing & Product Development unica**

Anche le diverse unità di Marketing sono confluite sotto un’unica responsabilità per garantire un maggior coordinamento e un processo più efficiente di definizione della strategia di sviluppo prodotti e individuazione delle opportunità di business.

### ➤ **Creazione unità Tecnologie di Prodotto (a riporto di Marketing & Product Development)**

Sempre in ottica di massima efficienza nel flusso di sviluppo e delivery dei prodotti è stata creata una nuova unità organizzativa nella quale sono confluite tutte le componenti tecnologiche facenti parte dell’IT e dei Sistemi Editoriali che gestivano lo sviluppo e la manutenzione dei prodotti e delle piattaforme di produzione.

### ➤ **Variazioni nell’organizzazione redazionale del Quotidiano**

La redazione del quotidiano si è riorganizzata in un’ottica «Hub e spoke» con una pianificazione centralizzata da parte della Caporedazione e con i singoli desk che si occupano di alimentare e gestire i contenuti per la carta e per il web (articoli e home di sezione). La redazione online continua a presidiare e gestire la home page del sito. Si sono poi avviate collaborazioni giornaliere tra redazione quotidiano e redazioni di area Professionale per la realizzazione dei nuovi quotidiani digitali, dove vengono creati dei gruppi virtuali per area tematica che presidiano i nuovi prodotti.

### ➤ **Variazioni in ambito Operations**

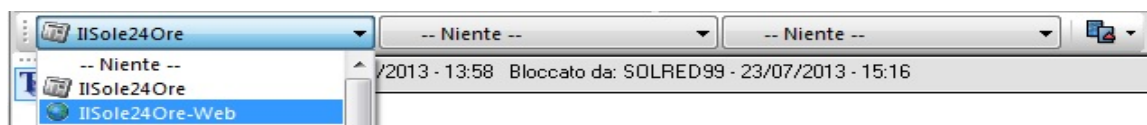
Alcune attività sono passate in carico ai giornalisti (selezione e impaginazione foto, etc.), sono stati centralizzati i supporti di Assistenti e Grafici che una volta erano dedicati tra carta e online, anche a causa dei differenti sistemi editoriali. Si sono poi creati dei centri di competenza per le lavorazioni digitali più complesse che non richiedono l’intervento degli sviluppatori IT.

# I processi di lavorazione cross media - ottimizzazione dei processi e della delivery

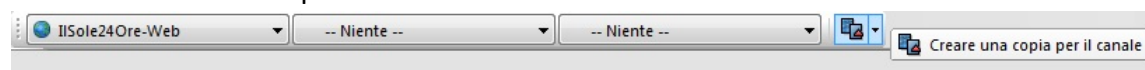
Il processo di lavorazione multicanale e multiprodotto all'interno del CMS unico viene notevolmente semplificato. Tutti i contenuti del Gruppo sono ricercabili in Methode, secondo i metadati e le classificazioni uniche definite, e il processo di editing e di pubblicazione multicanale viene effettuato con una semplice operazione di channel copy o con una azione di send to production. Di seguito alcuni esempi dei passi che effettua il giornalista per la pubblicazione su più canali/prodotti:

## 1. Declinazione multicanale da carta a web

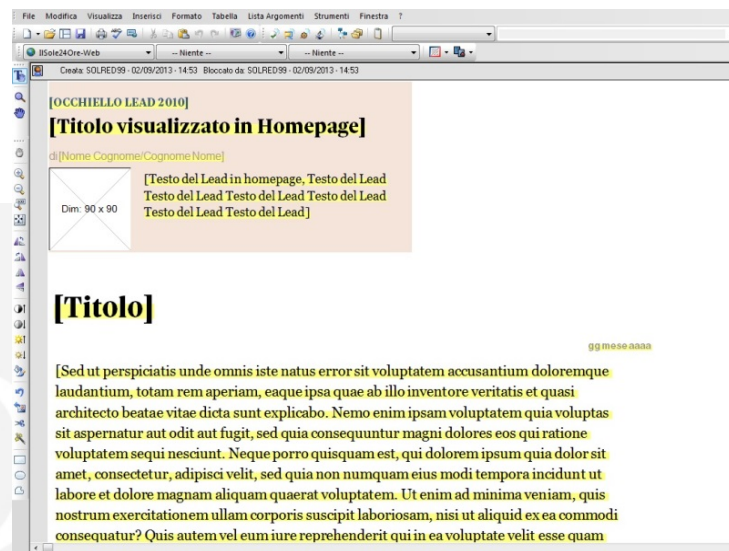
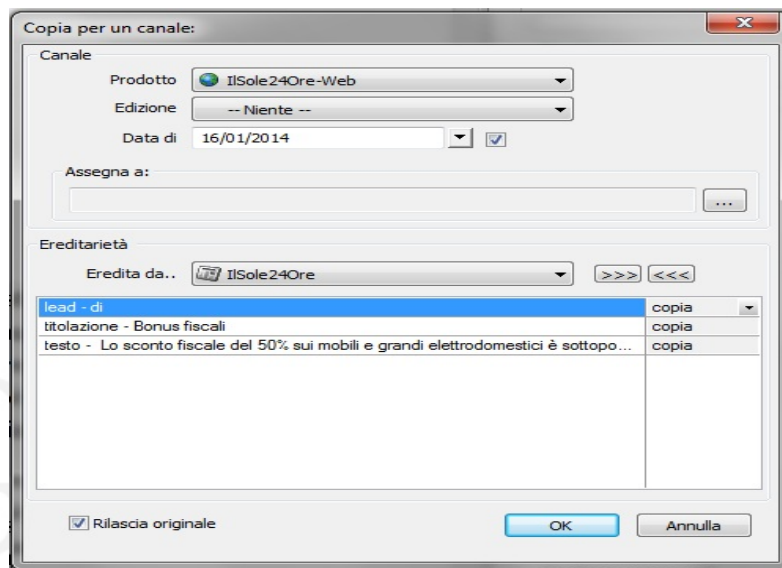
Dopo essersi posizionato sull'articolo cartaceo da declinare per il web, oppure subito dopo averlo scritto, il giornalista: seleziona la testata online IISole24Oreweb



clicka sull'icona di «copia canale»



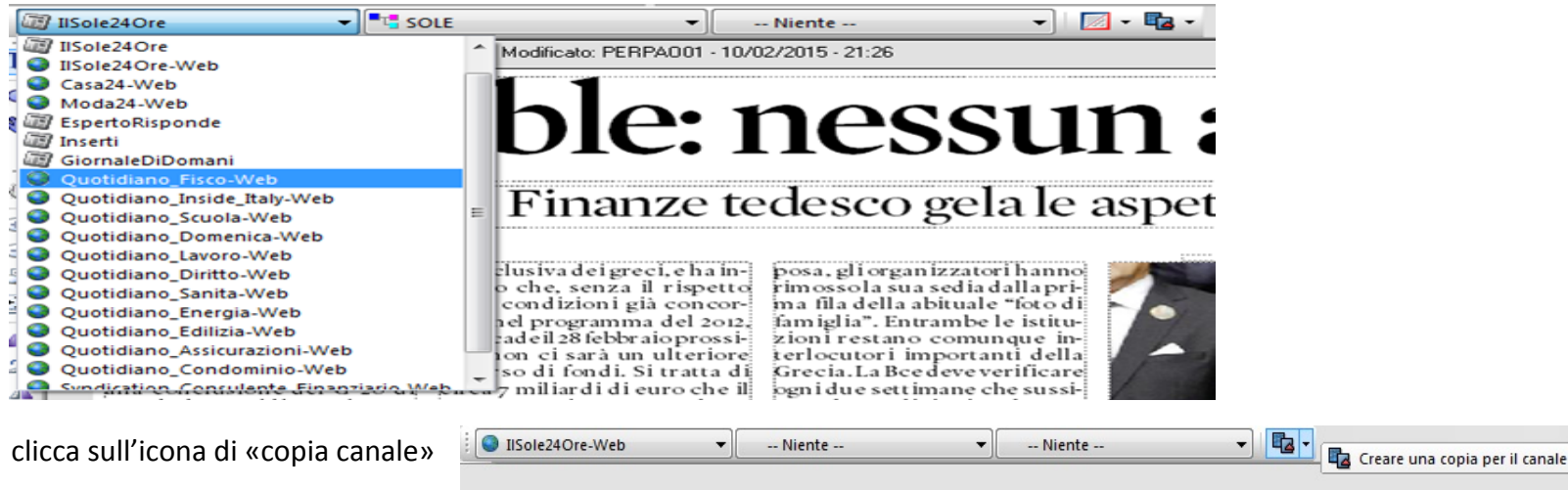
clicka su ok, ed effettua la copia creando una istanza dell'articolo legata all'originale cartaceo che però può essere modificata per il web



# I processi di lavorazione cross media - ottimizzazione dei processi e della delivery

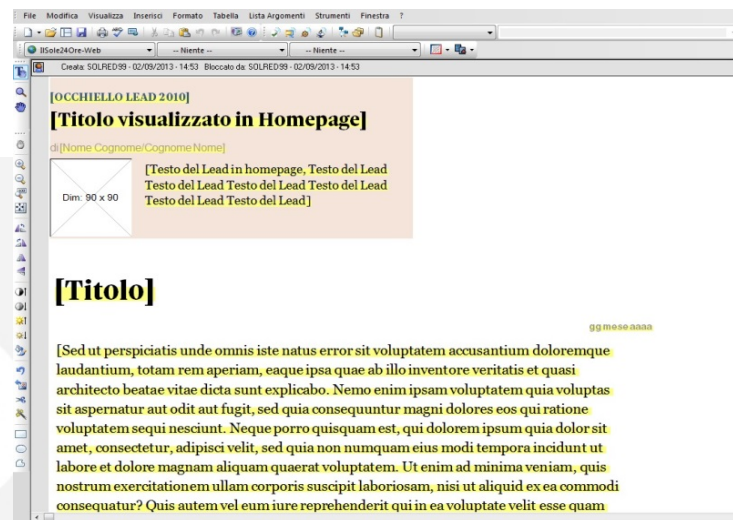
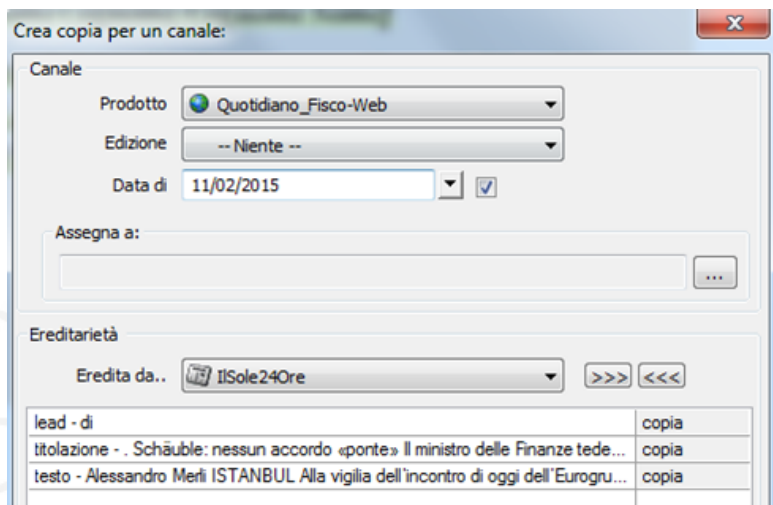
## 2. Declinazione multiprodotto da prodotto x a prodotto y

Come per la copia tra carta e web anche la declinazione su più prodotti avviene attraverso la copia canale. Dopo essersi posizionato sull'articolo cartaceo da declinare, oppure subito dopo averlo scritto, il giornalista seleziona l'altro prodotto su cui «copiare» l'articolo:



clicca sull'icona di «copia canale»

clicca su ok, ed effettua la copia creando una istanza dell'articolo legata all'originale cartaceo che però può essere modificata per il web



# I nuovi prodotti - personalizzazione e valore aggiunto per il cliente

**24 ORE BUSINESS CLASS**

ABBONAMENTI

	BUSINESS CLASS 24 ORE	BUSINESS CLASS 230*	BUSINESS CLASS 187*	BUSINESS CLASS 105*	REGISTRAZIONE
ABBONAMENTO TRIMESTRALE	€ 410	€ 230*	€ 187*	€ 105*	Gratis
ABBONAMENTO ANNUALE	€ 1.640	€ 920*	€ 748*	€ 420*	Gratis
ABBONAMENTO QUINQUENNALE	€ 8.200	€ 4.600*	€ 3.740*	€ 2.100*	Gratis
ABBONAMENTO BIENNALE	€ 4.100	€ 2.300*	€ 1.870*	€ 1.050*	Gratis
ABBONAMENTO TRIMESTRALE	€ 410	€ 230*	€ 187*	€ 105*	Gratis
ABBONAMENTO ANNUALE	€ 1.640	€ 920*	€ 748*	€ 420*	Gratis
ABBONAMENTO QUINQUENNALE	€ 8.200	€ 4.600*	€ 3.740*	€ 2.100*	Gratis
ABBONAMENTO BIENNALE	€ 4.100	€ 2.300*	€ 1.870*	€ 1.050*	Gratis

**SCOPRI L'OFFERTA BUSINESS CLASS PER I PROFESSIONISTI**

**MAX BENEFICIO DI ASSISTENZA**

**ABBONAMENTO CLIENTE**

**02 30 300 600**

**ABBONATI SUBITO**

**24 ORE BUSINESS CLASS COMMERCIALISTI**

**Dietro ogni grande commercialista ci sono sempre grandi scelte.**

**Abbonati a Business Class Commercialisti**

Tutto il meglio del Sole 24 Ore per la tua professione in un unico abbonamento digitale.

**Quotidiano del fisco**

Ogni giorno la notizia e i paragrafi più significativi interpretati per la tua professione, analizzati da una banca d'affari pratica, da un studio di settore e da una società di consulenza. Da informazioni preziose di documenti professionali, anche a richiesta, oggi ottenibili anche per mail.

**Soluzioni 24 Fisco e Sistema Frizzera**

In un solo strumento di lavoro tutto il documentazione ufficiale, la normativa, le interpretazioni, le giurisprudenze, le circolari, le lettere e i verbali.

**Business Class Digital**

IL QUOTIDIANO IN EDIZIONE DIGITALE

La versione online del giornale da te scelta, completa di contenuti, multimedia e audio, Photo e PC. Con il tuo profilo utente personalizzato, gli archivi PDF, online, nella cloud di Google Drive.

**IL GIORNALE DI ROMAN**

Ogni giorno, dalle 20.00, il giornale di Roma in versione digitale. 12 abbonamenti e 1 abbonamento del Sole 24 Ore in versione stampata.

**RIUNIONO DAL TEO AMRO SOLE**

Alta e alta qualità, con la PIA, la tecnologia della stampa, la qualità e la velocità e due sempre in movimento. Dal lunedì 1.000 in più.

**RIUNIONO DAL TEO AMRO SOLE**

Alta e alta qualità, con la PIA, la tecnologia della stampa, la qualità e la velocità e due sempre in movimento. Dal lunedì 1.000 in più.

**Per saperne di più fissa subito un appuntamento con il tuo esperto Business Class del Sole 24 Ore.**

**CONTATTA L'ESPERTO**

**24 ORE BUSINESS CLASS DIRITTO**

**Business Class Diritto**

Tutto il meglio del Sole 24 Ore per la tua professione in un unico abbonamento digitale.

Per avvocati, magistrati, notai e uffici legali.

**Quotidiano del Diritto**

Ogni giorno la notizia e i paragrafi più significativi interpretati per la tua professione, con informazioni preziose, interpretazioni e decisioni per prendere le giuste decisioni.

**Guida al Diritto**

Il riferimento di documentazione significa punto di riferimento per tutti i professionisti legali.

**Il Sole 24 Ore digitale**

La copia digitale del quotidiano più di 200 pagine del tuo stesso Sole 24 Ore e il Giornale di Roma.

**Scopri le offerte e ABBONATI SUBITO**

**24 ORE BUSINESS CLASS CASA, EDILIZIA E TERRITORIO**

**Business Class Casa, Edilizia e Territorio**

Tutto il meglio per l'informazione e la formazione del professionista, dell'impresa e della PA.

**Quotidiano della Casa e del Territorio**

È il momento dell'opportunità, dell'analisi e dell'informazione, per una città vivibile, ogni giorno, in ogni città, con gli approfondimenti necessari per l'aggiornamento della tua professione.

**Il Sole 24 Ore digitale**

Il numero digitale del quotidiano completo, arricchito di contenuti multimediali di approfondimento.

**Edilizia e Territorio**

Il settore immobiliare che forma il professionista, attraverso i paragrafi di informazione e l'approfondimento necessario, necessario per la ricerca, l'analisi, la progettazione, la realizzazione e la gestione.

**Consulenze Immobiliare**

La rivista, leader tra i tecnici italiani, che analizza le tendenze del mercato, con i contenuti multimediali e dell'editoria.

**Scopri le offerte e ABBONATI SUBITO**

### In ambito social network

- Utilizzare i social per generare maggiore traffico e consolidare la brand awareness presidiando i canali social al meglio: monitorare i trending-topics, incrementare la presenza istituzionale attraverso una pubblicazione massiva sui vari canali, etc.
- Portare al centro dell'attenzione i contenuti aziendali.
- Governare e influenzare le conversazioni sui social per portare l'interazione sui siti/prodotti.
- Ingaggiare gli utenti in interazioni di lungo periodo cross media (dal caring al cross selling).
- Conoscere e profilare meglio i clienti attivando campagne che spingano al social login.
- Estendere l'accesso ai social media all'intera Redazione (in modo graduale e pianificato)
- Identificare e mettere in evidenza i contenuti più rilevanti
- Offrire una piena integrazione fra il mondo social e gli strumenti editoriali accedendo ai social network direttamente dall'interno del sistema editoriale

### In ambito processi redazionali

- Utilizzare i nuovi devices mobili (smartphone, tablet, netbook, etc.) per incrementare le opportunità per le redazioni di produrre tempestivamente contenuti di attualità e la quantità dei contributi.
- Rendere più efficiente per i giornalisti il processo di lavorazione da remoto mediante l'introduzione delle nuove funzionalità offerte dalla piattaforma Methode (Methode webclient)

GRUPPO 24 ORE

---

**Fine**

GRUPPO 24 ORE