



Assemblea 2017

## **Il dialogo con il consumatore attraverso i Social Media**

**Opportunità per le imprese dei beni di consumo**

28 marzo 2017

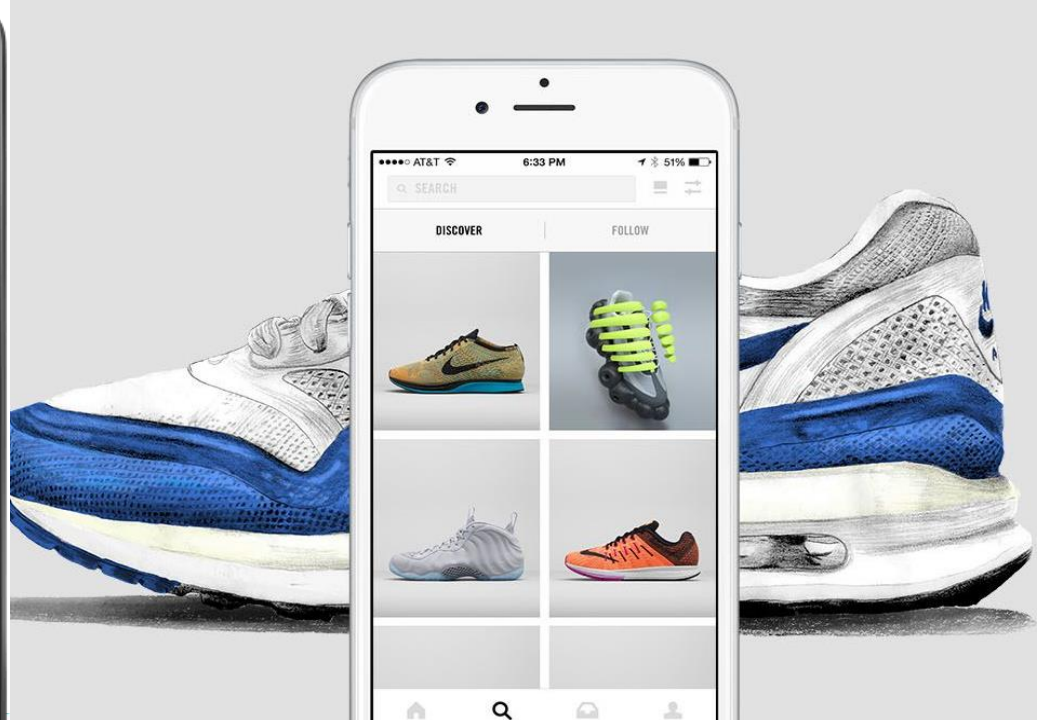
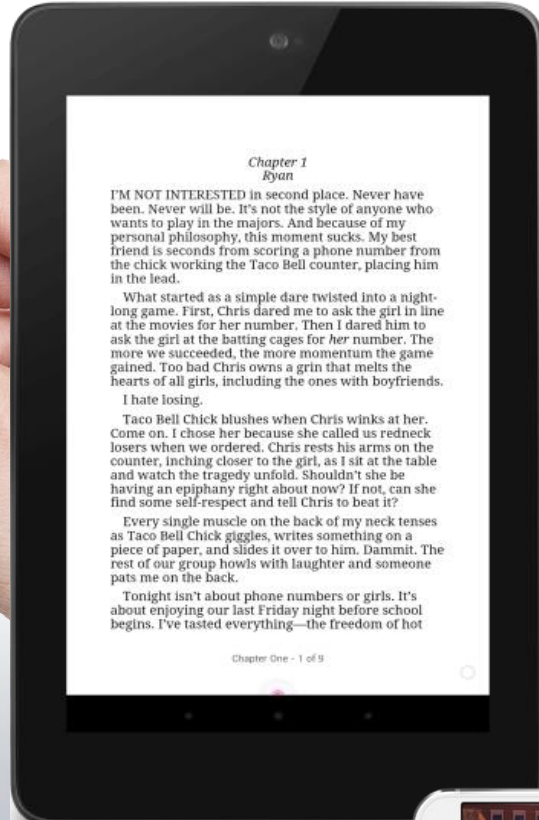




# Persone e imprese nell'era delle conversazioni digitali

Jennifer Hubber - Ceo, Ipsos

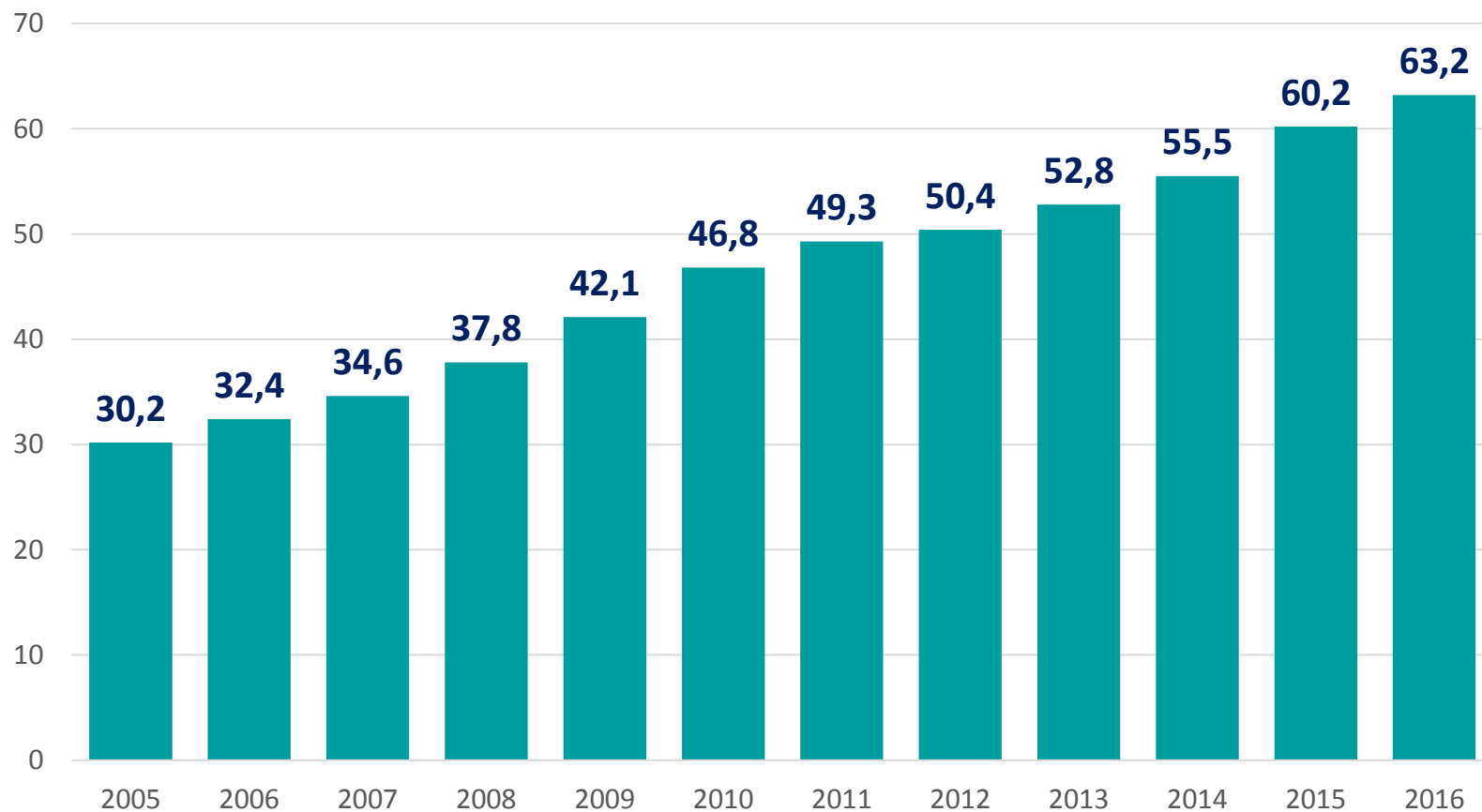
28 marzo 2017





# Gli utenti di internet crescono, ma lentamente

Internet - popolazione connessa















Fonte: Istat- Cittadini e nuove tecnologie, 2016



# Principali attività on-line

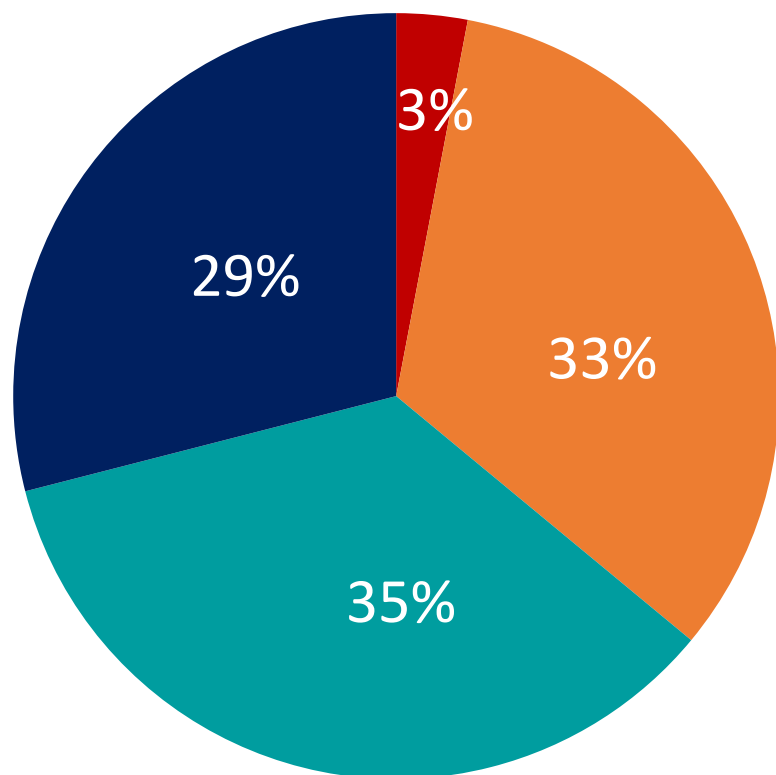
GAME CHANGERS



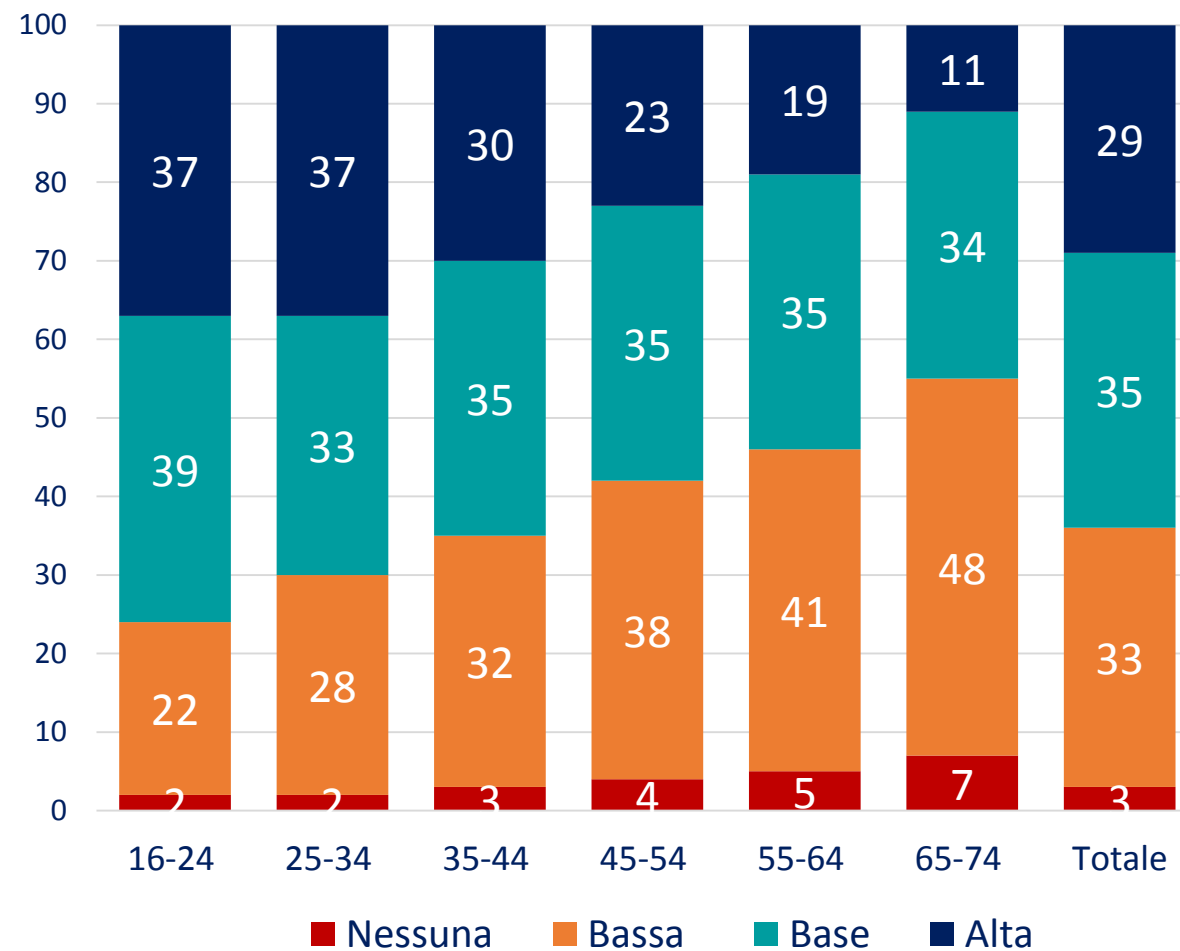
											
Guardare video	Messaggi istantanei	Social network	Leggere giornali	Messaggi su chat, blog	Ascoltare musica in streaming	Caricare contenuti	Servizi archivio	Guardare la TV in streaming	Ascoltare la radio sul web	Leggere o scaricare libri	Network professionali
69%	65%	58%	55%	51%	50%	31%	29%	28%	20%	14%	12%

# Livello di competenza nell'utilizzo di internet

■ Nessuna ■ Bassa ■ Base ■ Alta

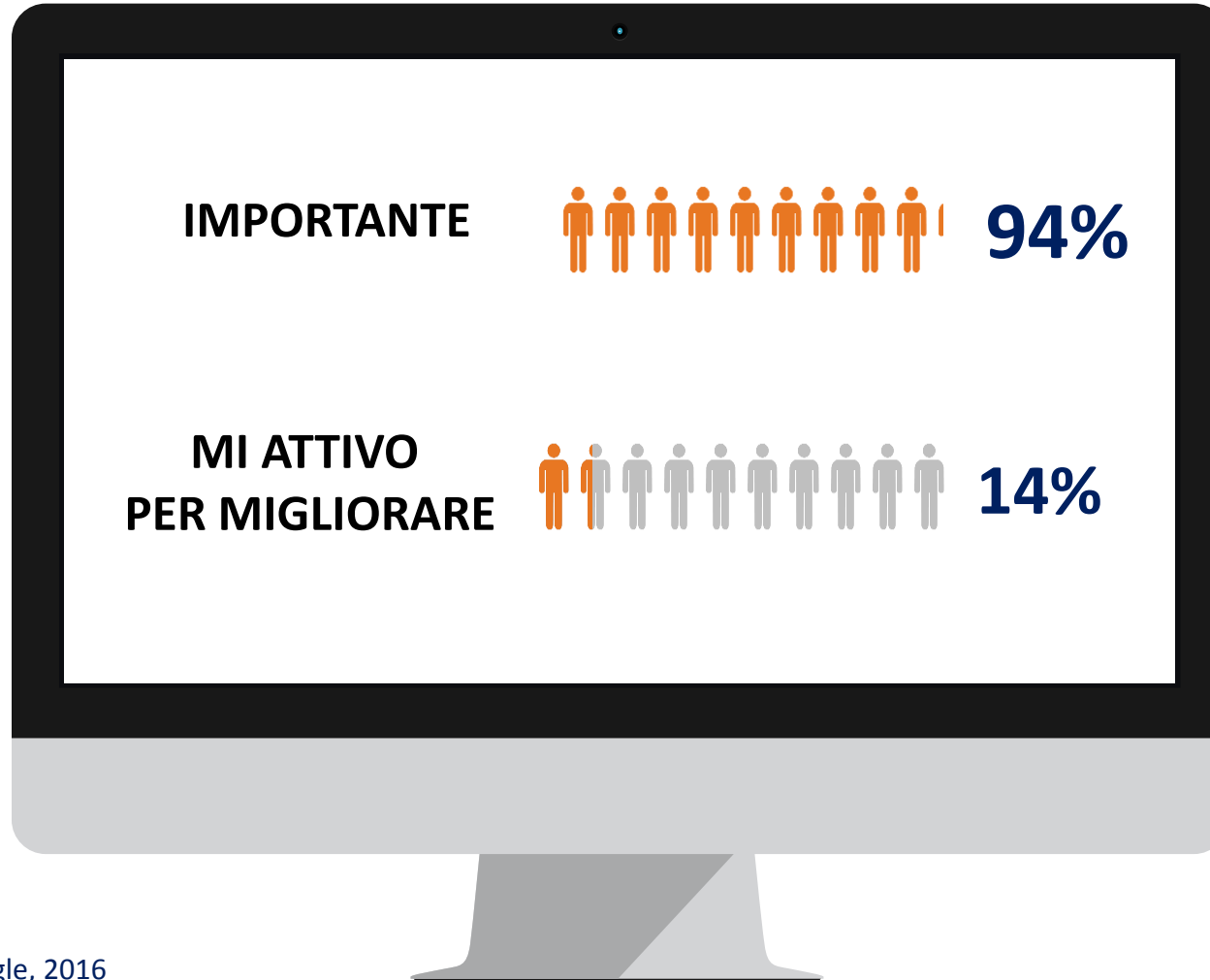


## Con forti differenze in funzione dell'età



# Over 50 e competenze digitali

GAME CHANGERS



Importanti ma  
in pochi si  
attivano per  
migliorarle





# Gli internauti italiani: «always on»

**95%** di chi usa internet ha uno smartphone

**+15%** di tablet dal 2014 a oggi



# Intensamente social, connessi a lungo

**94%** Ha almeno un  
profilo social o  
un account

**5,2** Il numero  
medio di  
profili/account



un'ora  
al giorno o  
meno



da 2 a 4  
ore al  
giorno



da 5 a 10  
ore al  
giorno



più di 10  
ore al  
giorno

# Internauti italiani sempre più social

GAME CHANGERS



IN CRESCITA	OGGI	3 ANNI FA	
	81%	77%	
	65%	32%	
	53%	42%	
	47%	40%	
	31%	12%	

IN CRESCITA	OGGI	3 ANNI FA	
	26%	16%	
	16%	7%	
	13%	8%	
STABILI	OGGI	3 ANNI FA	
	43%	44%	
	38%	34%	

**Il modo in  
cui le persone  
fanno le loro  
scelte non  
è cambiato**

**GAME CHANGERS**



**I brand esistono  
nelle menti  
delle persone  
come un reticolo**



che **facilita la vita** fornendo scorciatoie per prendere decisioni complesse

GAME CHANGERS





**MEMORIA**

**ATTENZIONE**

**I brand agiscono su entrambi i livelli, rafforzando il ricordo positivo e catturando l'attenzione con ogni punto di contatto**



# Oggi



# <7”

Ma catturare  
l'attenzione è  
sempre più difficile.

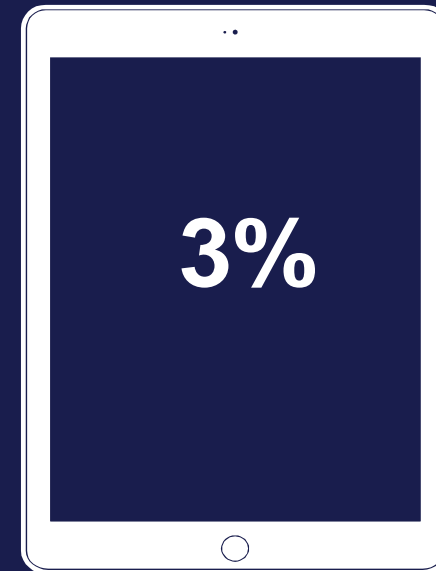
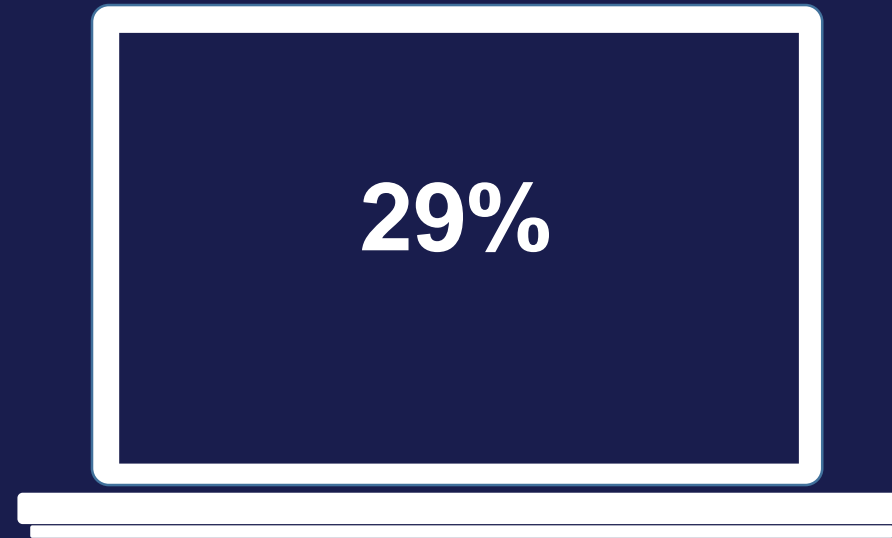
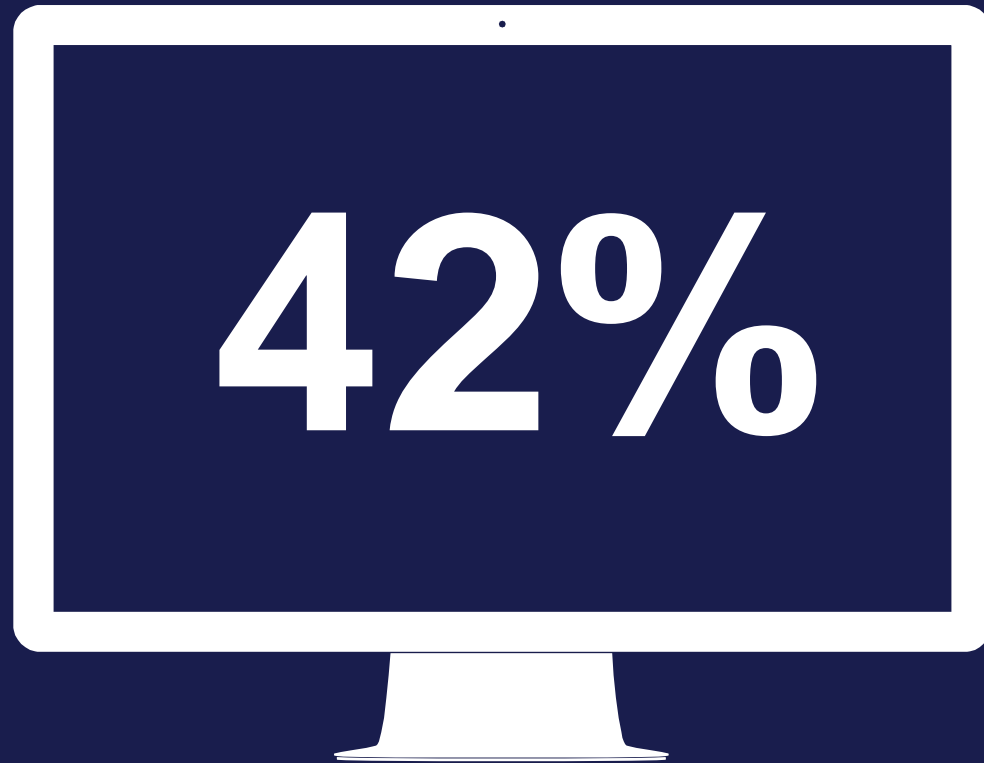
L'“attention span”  
medio nel 2000 era  
**12 secondi...**

GAME CHANGERS



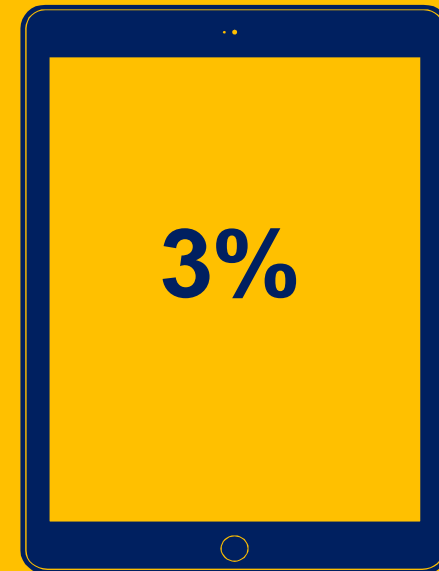
# Quota di screen time

GAME CHANGERS



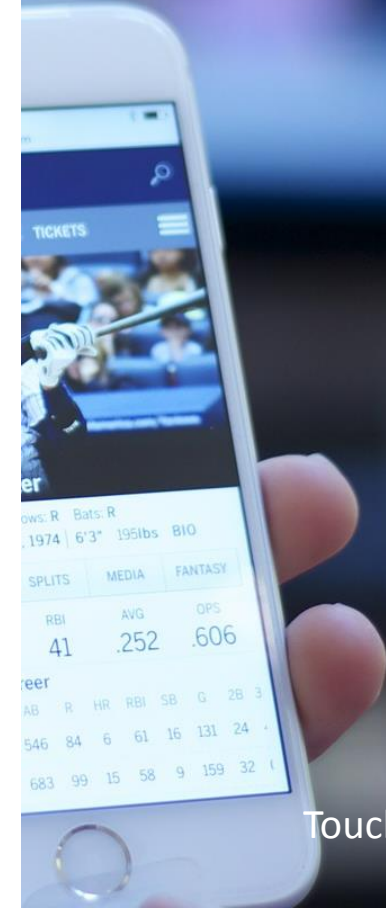
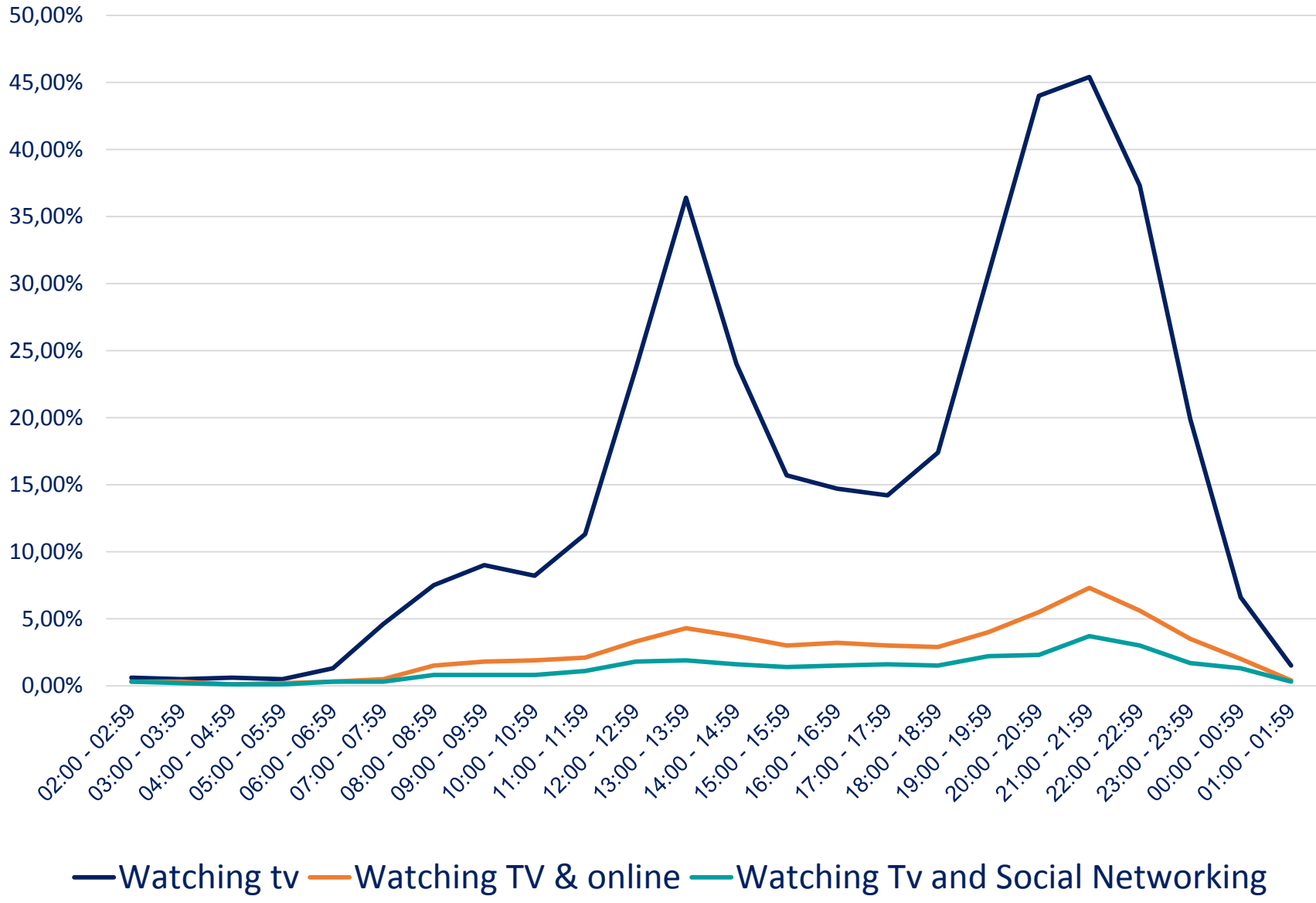
# Quota di screen time – Millennial

GAME CHANGERS



# Prime time anche per i social

GAME CHANGERS



Touchpoints Italia

# Social Networking & ...

GAME CHANGERS



# Chi sono i competitor della mia marca?



new flare

GAME CHANGERS







# Brad is single

Los Angeles. From/one way, incl taxes.

---

## £169\*

\*Start your journey from London-Gatwick (LGW). Travel between 20 January 2017 - Feb 2017. Book by 26th September 2016. The fare is based on our lowest one way direct economy fare incl. taxes and charges excl. weekends, school and public holidays. Restrictions and baggage fees may apply. Fare correct as of 20 September 2016.

RAGAZZI  
TUTTI A  
LOS ANGELES!

LE RAGAZZE  
LE PORTA NORWEGIAN.

ACQUISTATE SUBITO SU [ALITALIA.COM](http://ALITALIA.COM)

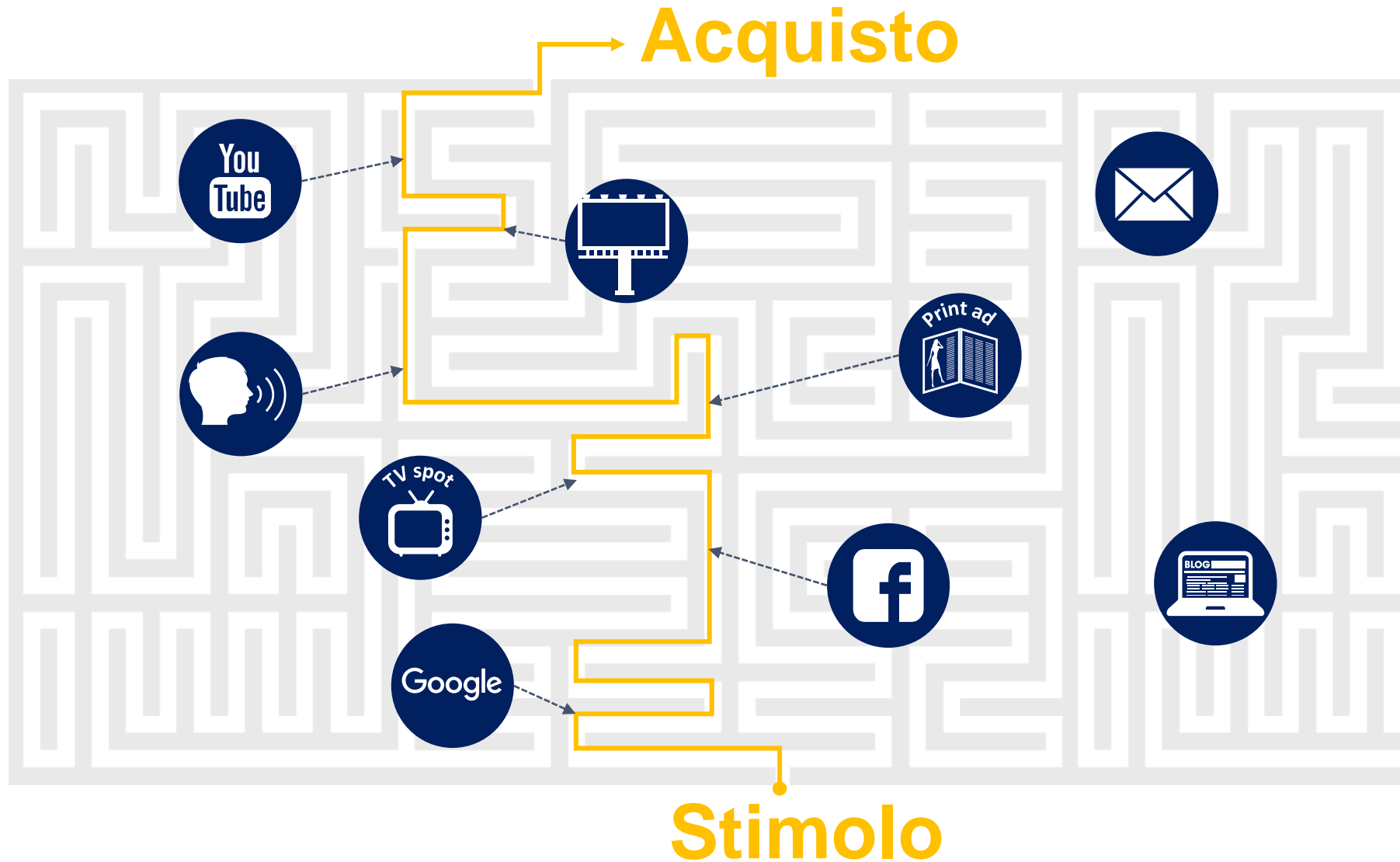




**3/4 dei mobile user  
utilizza lo smartphone  
in almeno una fase  
del processo di  
acquisto.**

Fonte database Ipsos 2015

# Il processo d'acquisto: dalla linearità alla complessità



## Acquisto



scaffale



## Stimolo

# SHOWROOMING

THIS PAIR IS SO PERFECT, I  
CAN'T WAIT TO BUY THEM  
CHEAPER ONLINE SOMEWHERE.  
WHAT'S YOUR WIFI PASSWORD?

TOM  
FISH  
BURNE

Group

Marketing Strategy & Communication

30

# Acquisto on line = velocità e accessibilità

Per lei, l'acquisto online è soprattutto...

acquisto di prodotti difficili da reperire

29

27

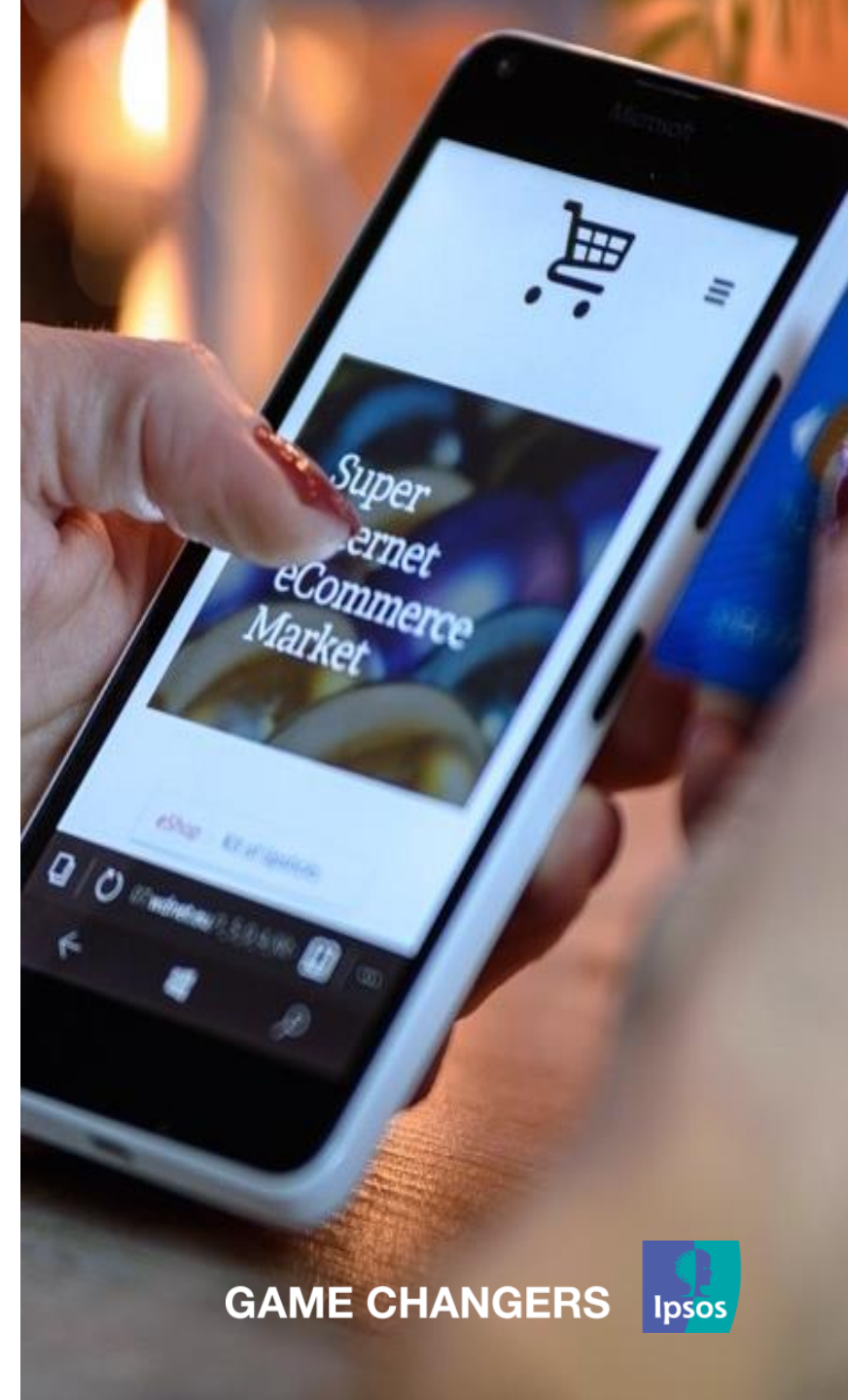
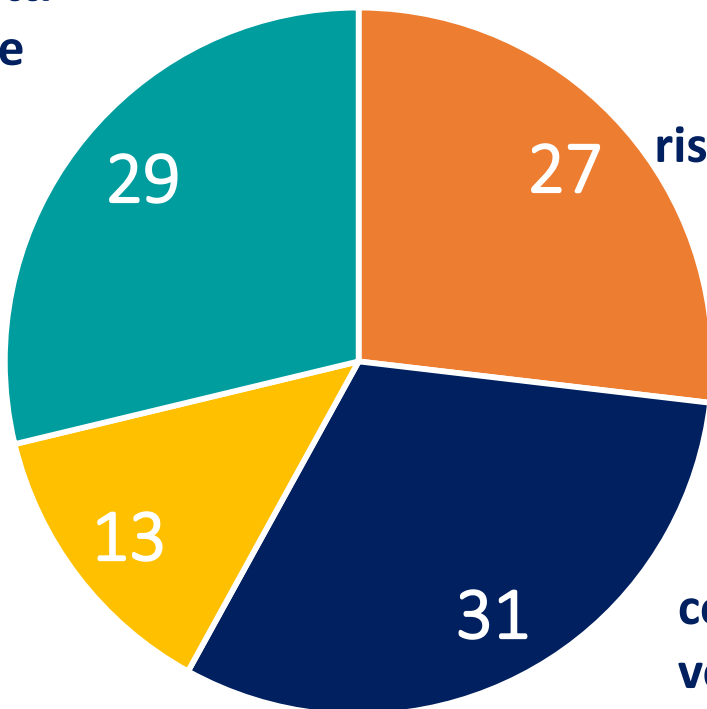
risparmio

13

acquisto di prodotti di alta qualità

31

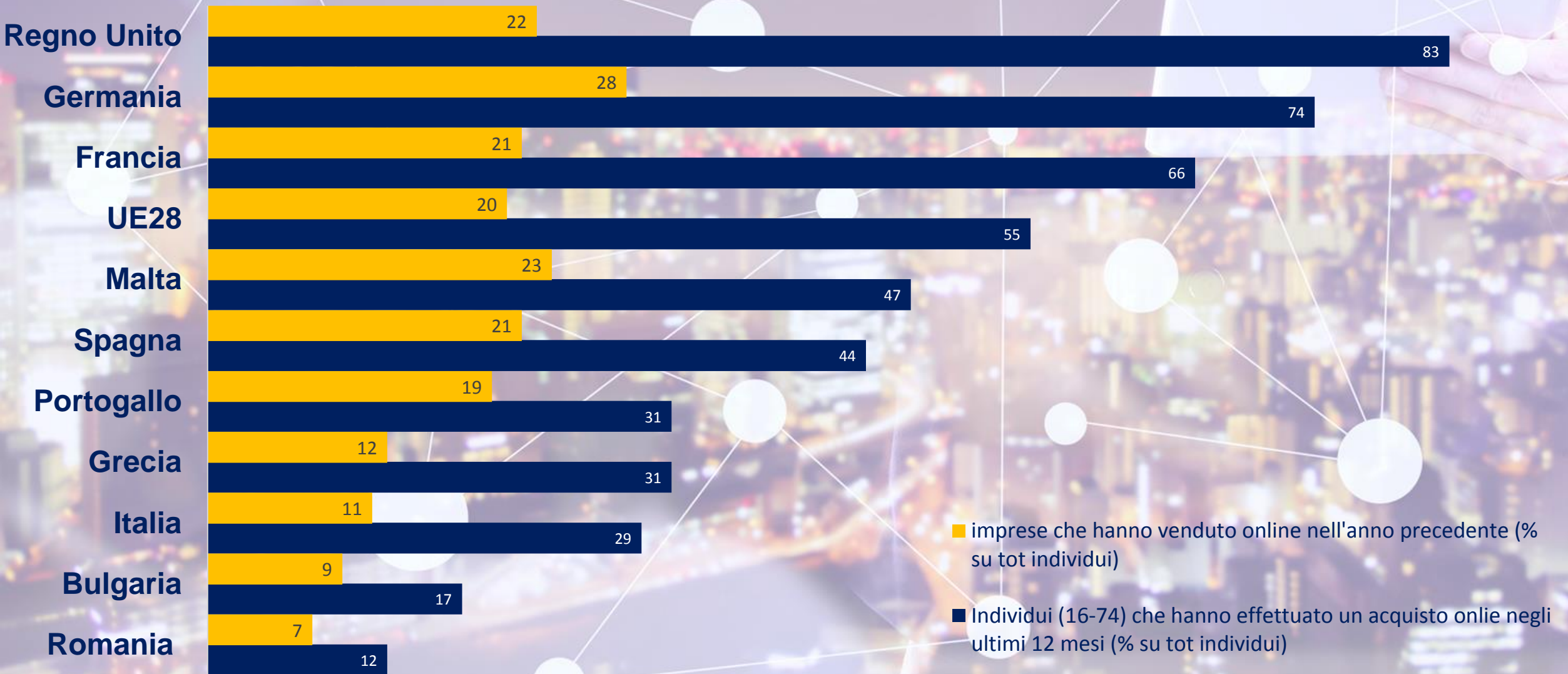
comodità, velocità



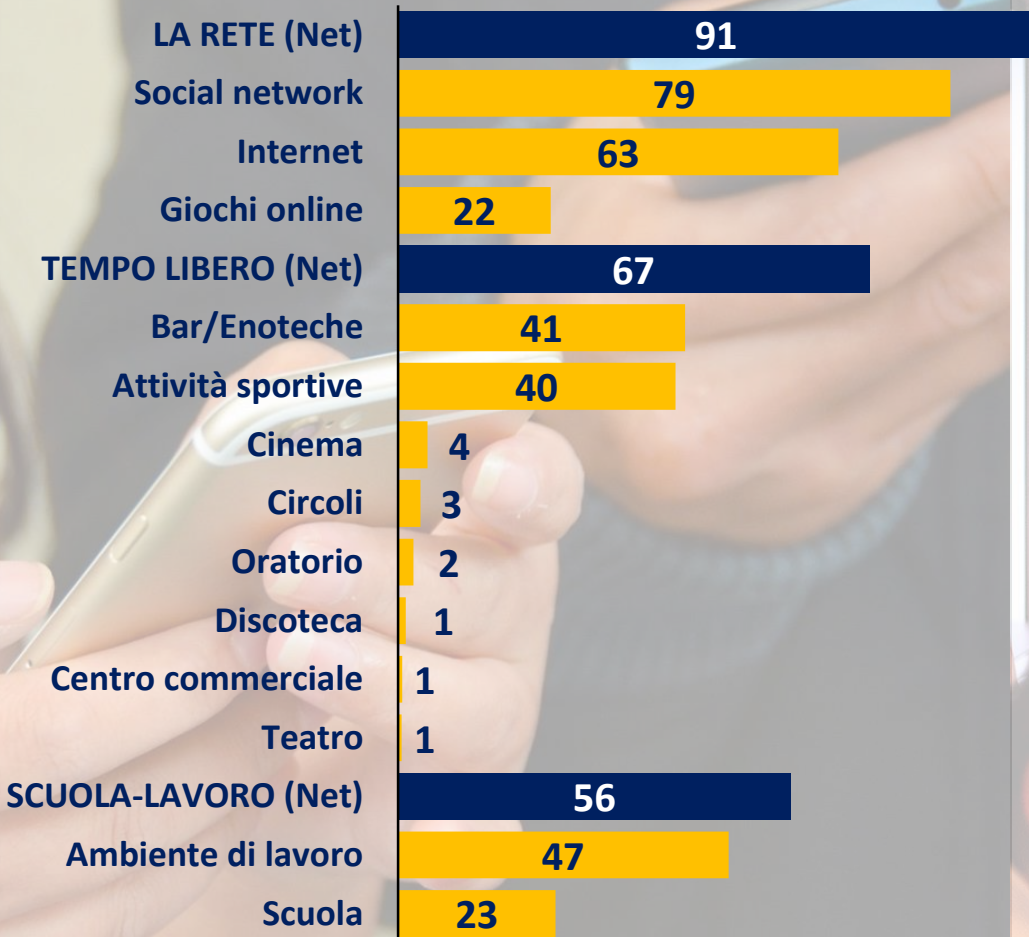
GAME CHANGERS



# L'Italia è ancora indietro rispetto a molti paesi europei

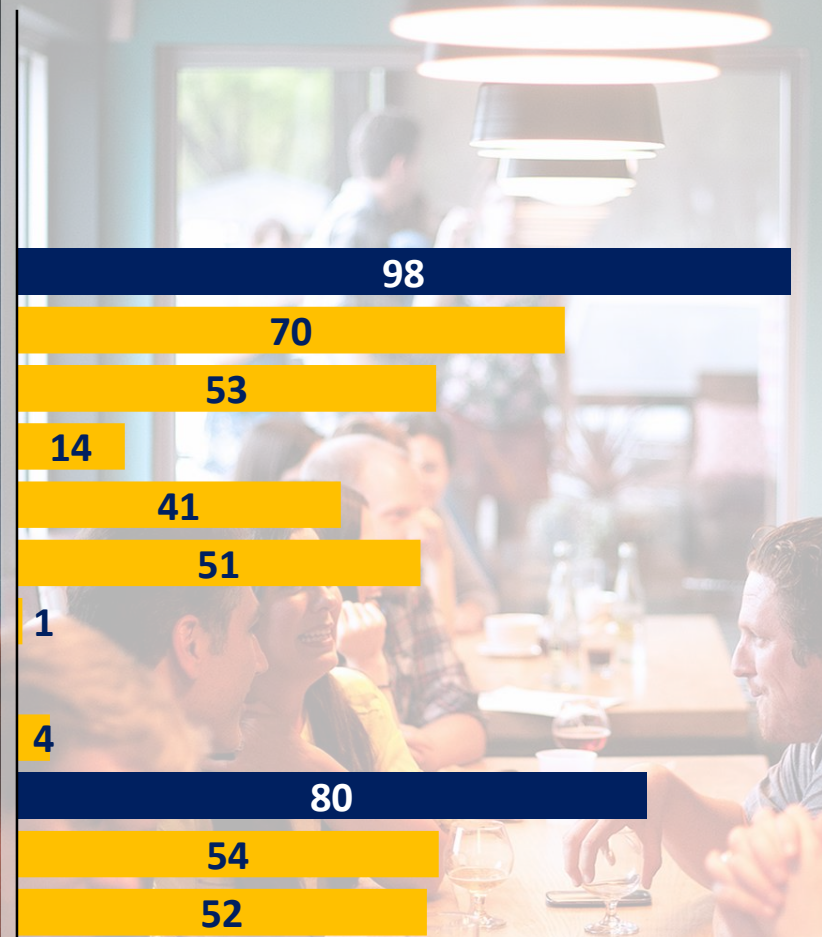


# Base: 25-35 anni



Quali sono secondo Lei i luoghi principali in cui un giovane (sino ai 35 anni) OGGI socializza?

# Base: 50-64 anni



E quali erano secondo Lei i luoghi principali in cui un giovane (sino ai 35 anni) socializzava 30 anni fa (negli anni '80)?

Oggi si socializza prevalentemente online.

Negli anni '80 nei bar, a scuola e nei circoli e oratori



# Nell'era delle conversazioni digitali, le influenze che orientano le decisioni sono molto cambiate

Prima ci si rivolgeva in modo privilegiato ai circuiti gerarchici e intermediati top - down

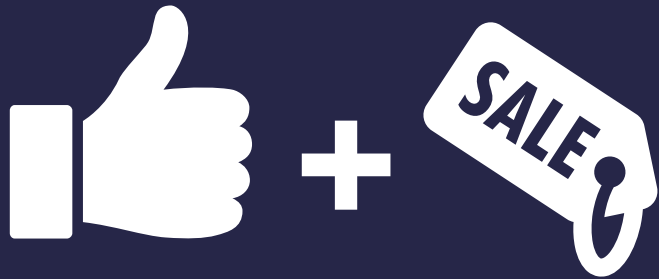


Ora ci si fida quali esclusivamente dei circuiti orizzontali disintermediati peer to peer



# “Mi piace e lo seguirò ovunque!”

40% raccomanda un brand che segue o per cui ha cliccato “Mi piace”



# Le marche si mettono all'ascolto!

GAME CHANGERS

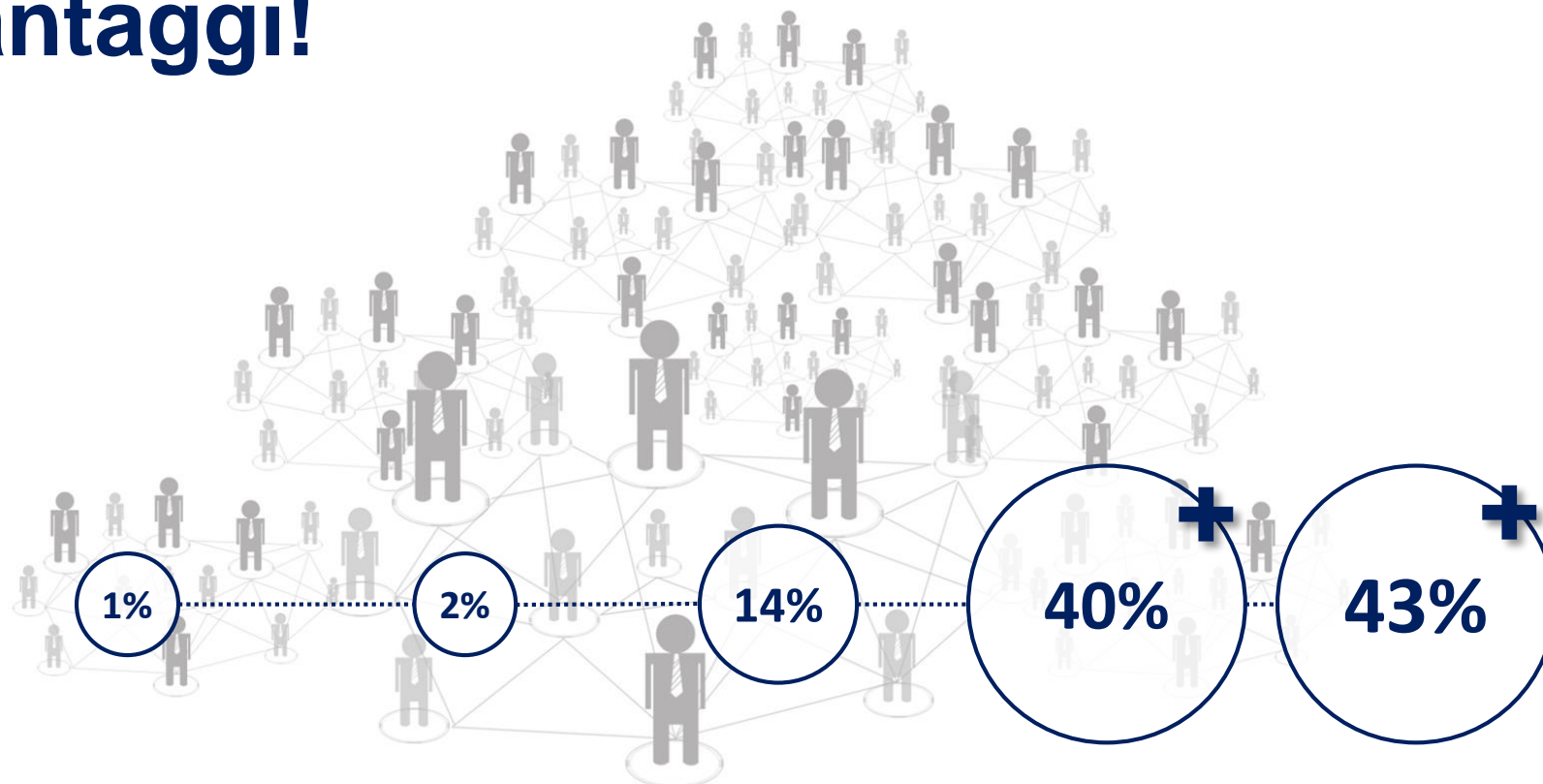


# Anche perchè... chi lo fa ne ha dei vantaggi!

GAME CHANGERS



L'impatto percepito dei social media sulle performance aziendali è positivo



Negativo

Leggermente  
negativo

Nessuno

Leggermente  
positivo

Positivo