

# Il rapporto tra il consumatore ed il brand nell'era digitale



Milano, 1 Ottobre 2014

**Vilma Scarpino**

Managing Director, Shareholder and Board of Directors Member, Doxa  
Vice President, Win/Gallup International Association

Convegno ABI  
Dimensione Social & 2.0

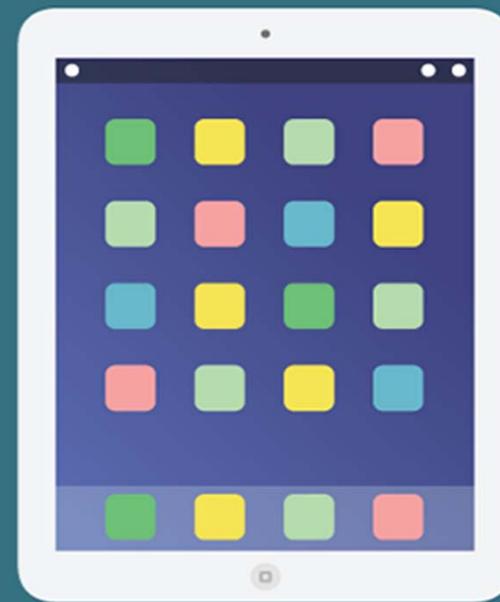
## Il contesto di riferimento: la rete

**20,4 milioni di  
utenti attivi online  
ogni giorno per  
1 ora e 45 minuti.**



# Il contesto di riferimento: i dispositivi mobile

Verso i **45 milioni** di smartphone  
e i **12 milioni** di tablet  
entro la fine dell'anno



# Il contesto di riferimento: sempre più «social»



**L'82% degli internet user** è iscritto ad almeno un social network

Quest'anno **Facebook** ha compiuto 10 anni e dal 2012 ha superato il **miliardo di iscritti nel mondo. 25 milioni** gli iscritti in Italia ad oggi, 15 milioni accessi giornalieri da mobile

Il **50%** degli iscritti a Facebook è fan di almeno una pagina di brand

# Il contesto di riferimento: mobile economy

Oltre **2,5 milioni** di Mobile App disponibili sugli Application Store

Il **35%** delle grandi imprese e il **25%** delle PMI italiane ha introdotto le Mobile Business App

Oltre **300 milioni** di investimenti adv sui mobile



**people**



**Il consumatore è sempre  
più mobile**

**Dialogare con la  
Mobile People diventa  
prioritario per le aziende**



**Mobile people**

**Vicinanza**

**Distanza**

**mobile**

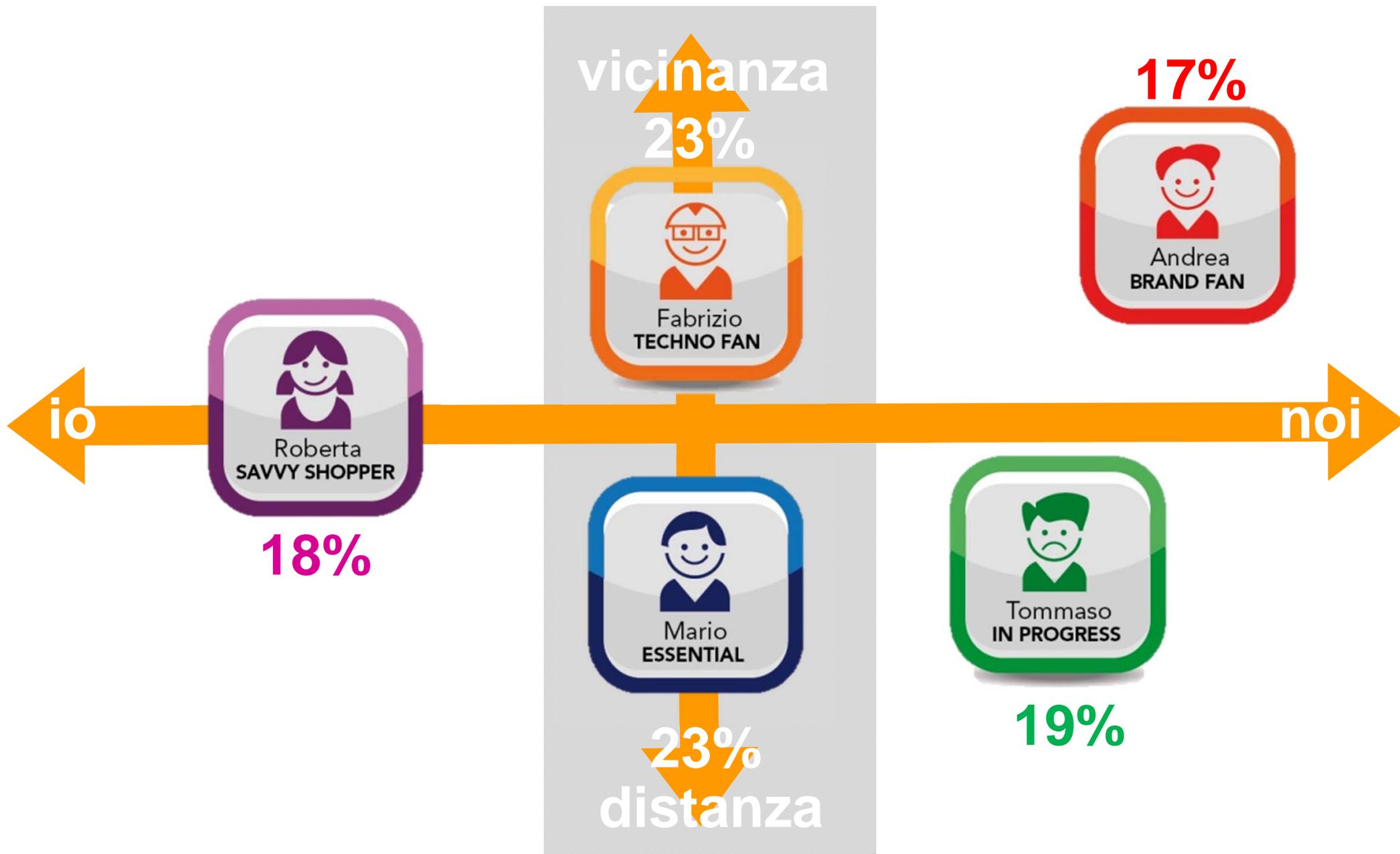




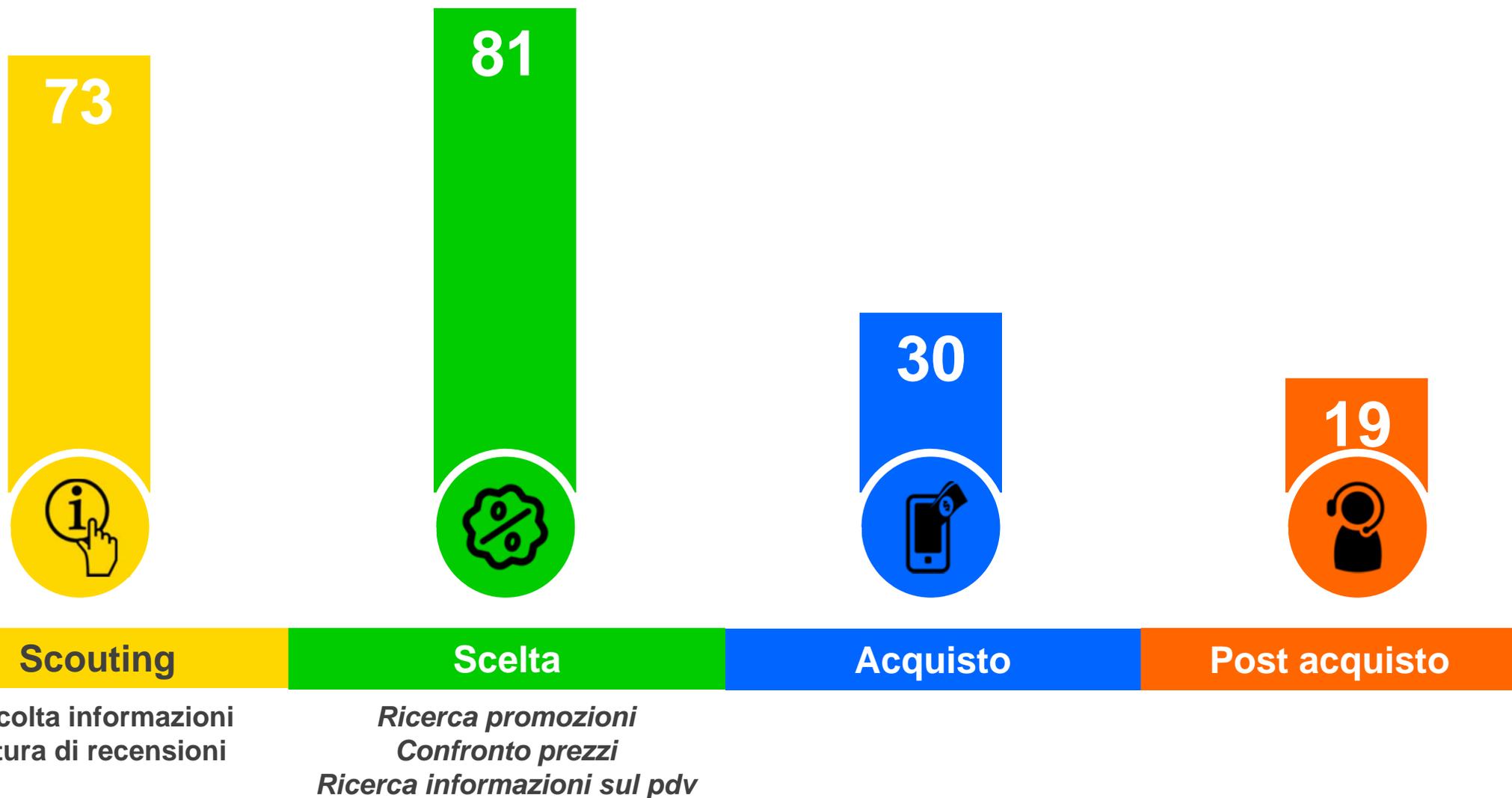
**brand**

**agire  
INDIVIDUALE**

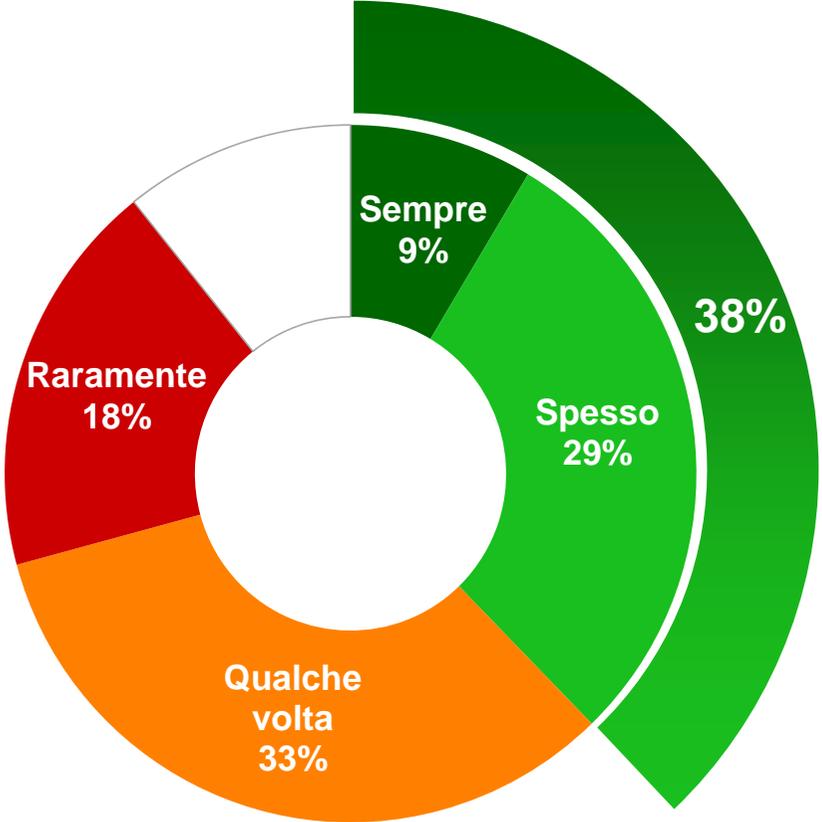
**agire  
PARTECIPATIVO**



# Un nuovo percorso di acquisto



# Il mobile nel punto vendita



Base: user smartphone

## Le attività svolte

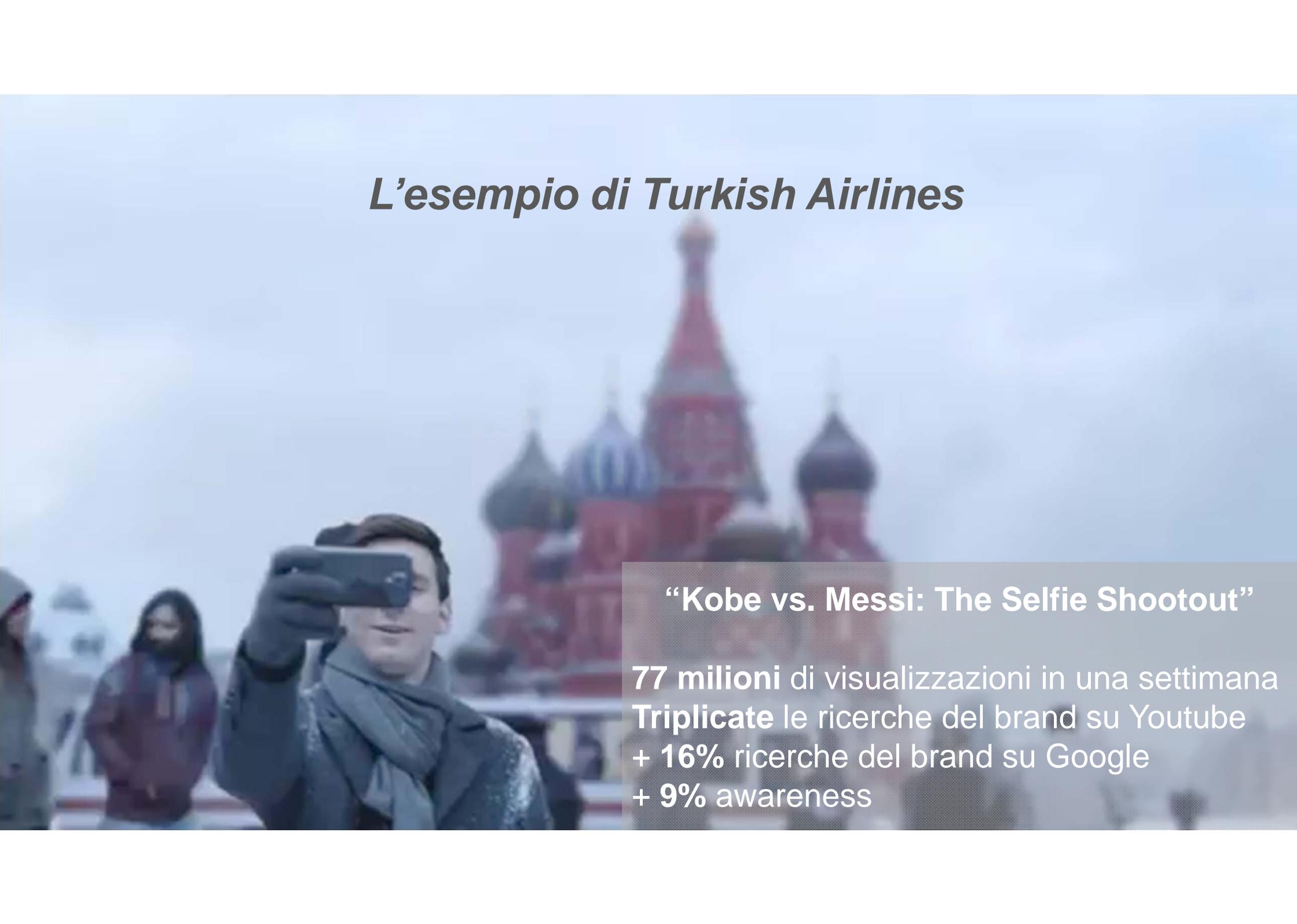


**1,7 attività in media**

Base: hanno usato nel punto vendita (1341)



**La customer experience  
è più grande della  
shopping experience**

A man in a dark jacket and scarf is taking a selfie with his smartphone. In the background, the colorful, onion-shaped domes of St. Basil's Cathedral in Moscow are visible under a cloudy sky. Other people are blurred in the background.

## *L'esempio di Turkish Airlines*

### **“Kobe vs. Messi: The Selfie Shootout”**

**77 milioni** di visualizzazioni in una settimana  
**TriPLICATE** le ricerche del brand su Youtube  
**+ 16%** ricerche del brand su Google  
**+ 9%** awareness

# DA

# A

**One way  
Asimmetrica**

**Two way  
Simmetrica**

**Fase informativa  
limitata**

**Espansione della fase  
informativa**

**Ruolo del  
prodotto**

**Ruolo dell'experience e  
della coerenza della  
comunicazione dei brand**



**Grazie**

**Vilma Scarpino**

Managing Director, Shareholder and Board of Directors Member, Doxa  
Vice President, Win/Gallup International Association

**Convegno ABI  
Dimensione Social & 2.0**