

# CEMIT DS

La divisione digital di  
Cemit Interactive Media



# Luigi Onesti

*Managing Director*  
**CEMIT INTERACTIVE MEDIA**

- Scienze Politiche | Torino
- Scienze Sociali | Svezia
- Master in Finanza | ISTUD
- General Management | Bocconi
- Master in #SMM | IULM

# Monferrino trapiantato a  
Milano

#Lavoro in Mondadori dal 2000

#Tempo libero: Yoga e Teatro

#Farei follie per:  
BARBERA e FINANZIERA



Cemit Interactive Media, oltre 40  
anni di esperienza nel marketing  
relazionale. Offriamo campagne  
efficaci, gestite con competenza e  
passione.

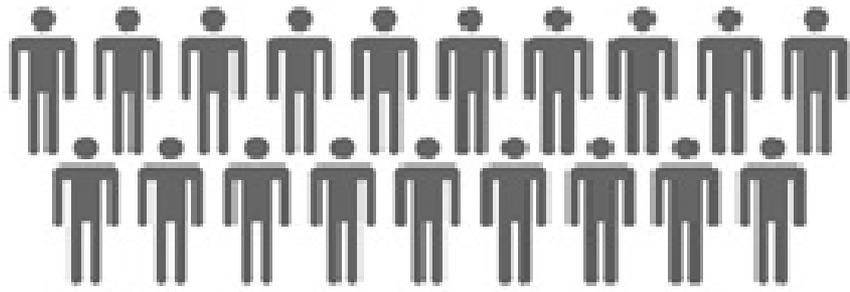


**TORINO**

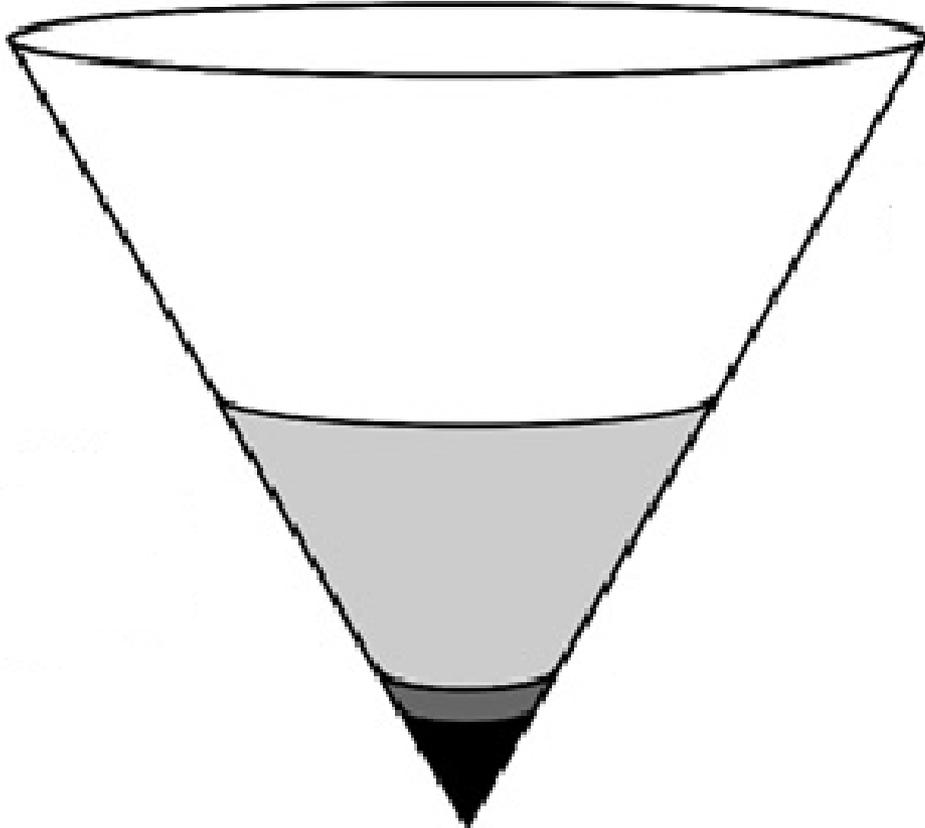
**MILANO**

**ROMA**

La pubblicità...



Audience

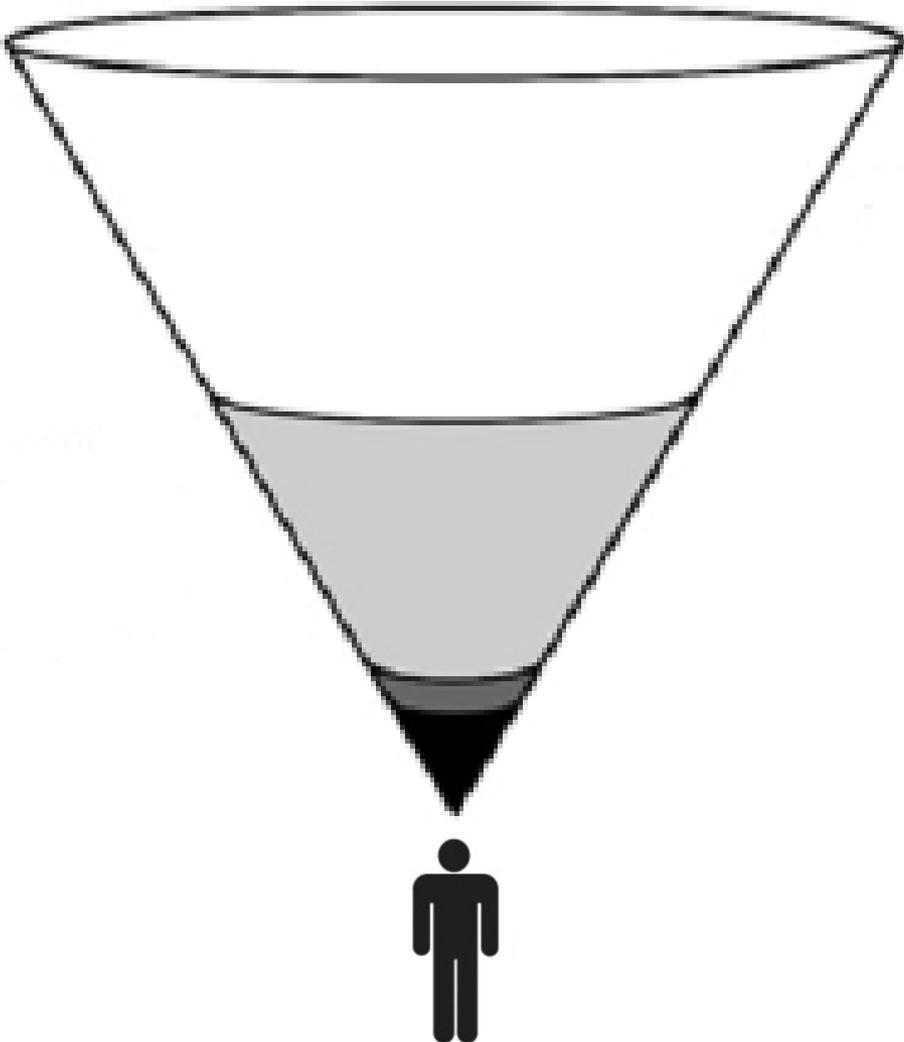


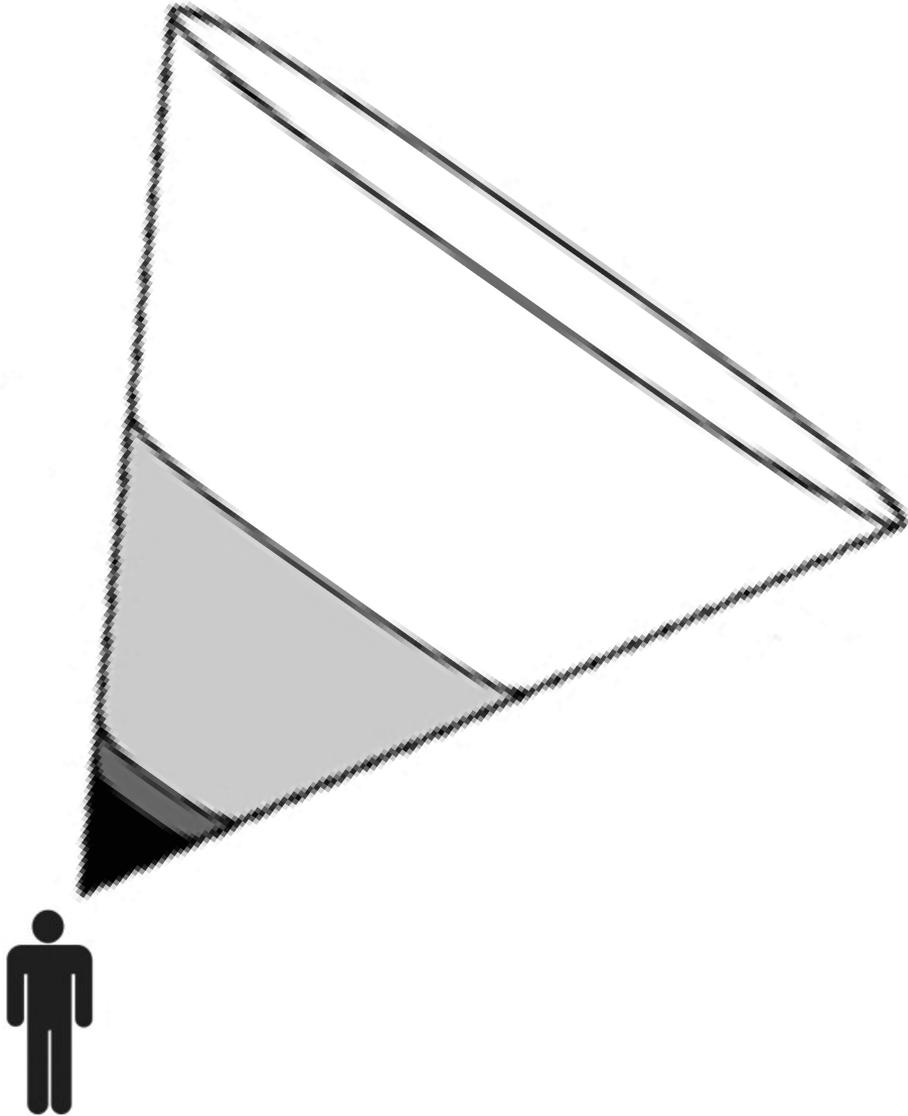
Prospect

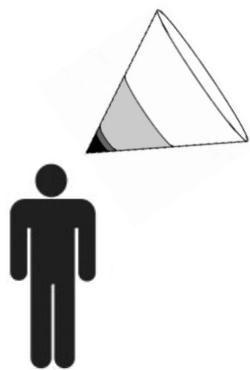
Hot lead



Customer











Siamo  
diventati  
tutti  
#social

# DAL MASS AL SOCIAL MEDIA

AWARNESS

RELAZIONE

DIFFUSIONE

ADV

MARKETING  
RELAZIONALE

CRM

SOCIAL

Mass

Targeted

One2one

One2many

20

[ PERSONALIZZAZIONE ]

[ AUDIENCE ]

[ RELAZIONE ]

[ MISURAZIONE ]

BASSA  
AMPIA  
SUPERFICIALE  
BASSA

ALTA  
STRETTA  
INTENSA  
ALTA

ALTA  
STRETTA  
INTENSA  
ALTA

ALTA  
AMPIA  
INTENSA  
ALTA



**I cambiamenti  
sono troppo grandi  
per ignorarli**

## Stima del mercato pubblicitario

(Dati netti)

2011

2012

(Migliaia di Euro)

Gen./Set.

Gen./Set.

Var.%

**TOTALE PUBBLICITA'**

6,145,327

5,425,206

**-11.7****QUOTIDIANI**

970,901

821,865

-15.4

**PERIODICI**

609,710

509,687

-16.4

**TV**

3,254,647

2,851,095

-12.4

**RADIO**

315,824

290,371

-8.1

**INTERNET** (Fonte: FCP-Assointernet)

442,031

485,307

9.8

**OUTDOOR** (Fonte: AudiOutdoor)

83,269

72,978

-12.4

**TRANSIT**

70,758

63,104

-10.8

**OUT OF HOME TV**

7,307

6,758

-7.5

**CINEMA**

25,767

20,170

-21.7

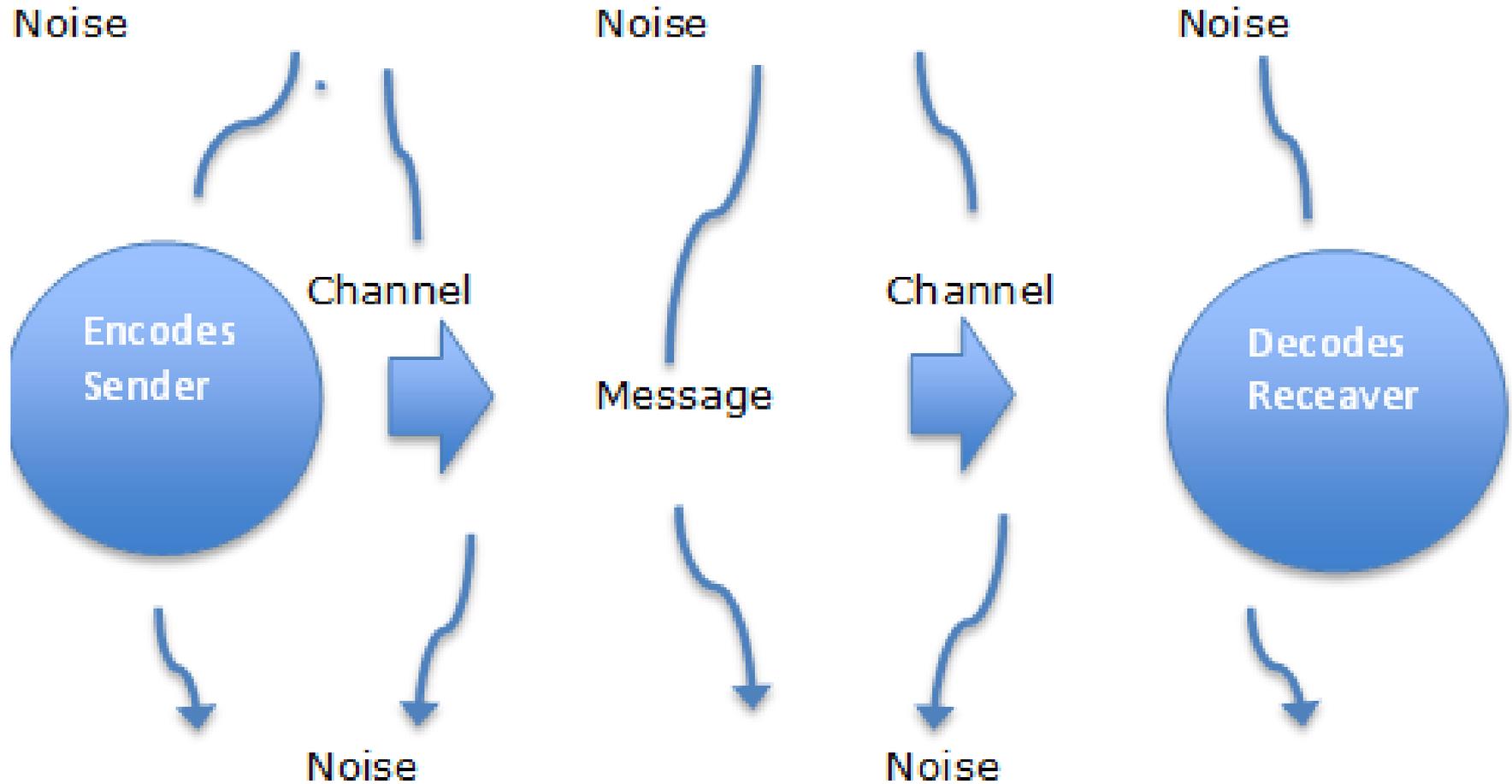
**DIRECT MAIL**

365,112

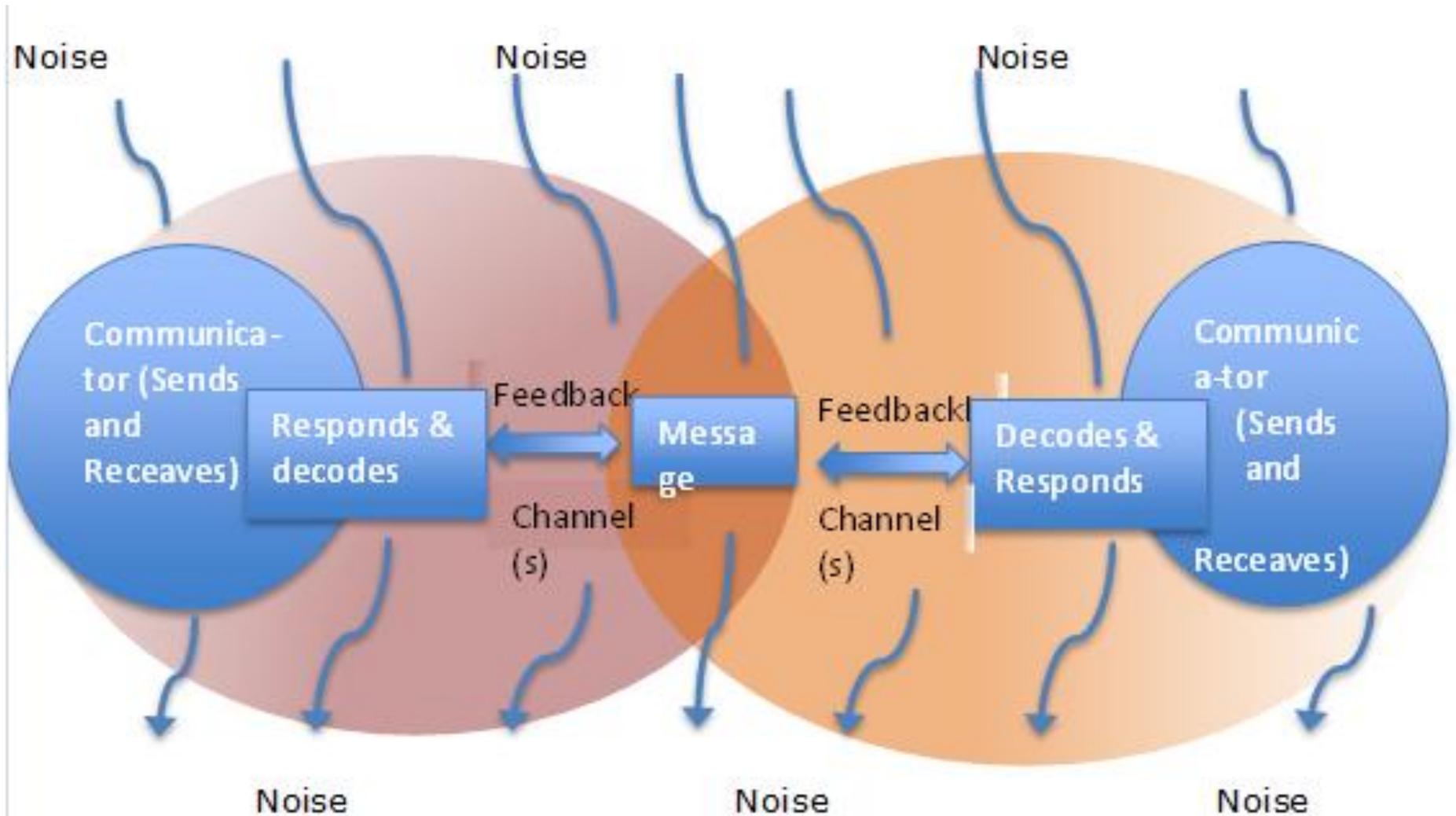
303,872

-16.8

# Dalla comunicazione lineare..



# ...alla comunicazione transazionale

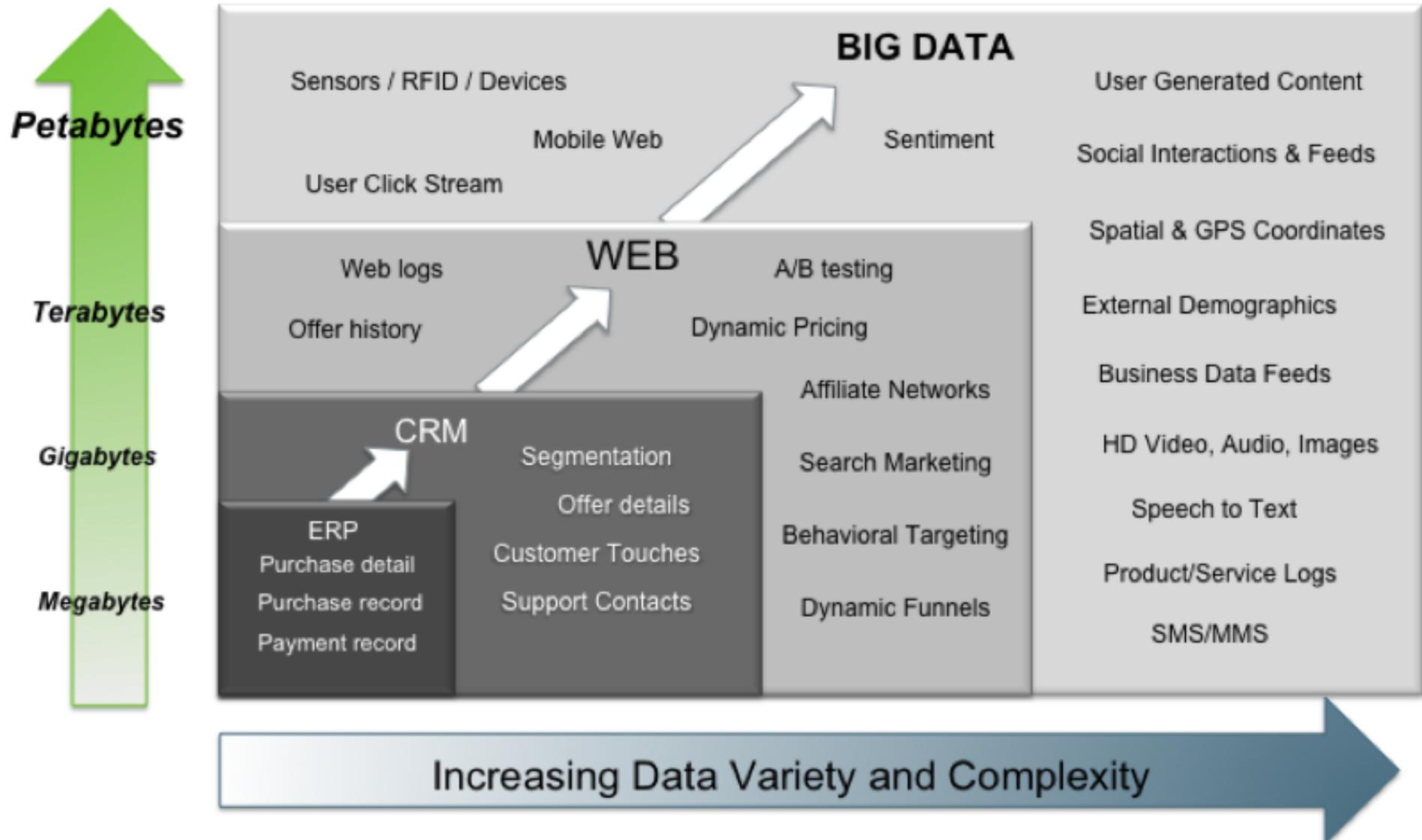


Un nuovo Paradigma:  
tra 5 anni non si  
parlerà più di  
tradizionale, digital  
o mobile sarà tutta  
**comunicazione cross  
marketing**

# Valori del nuovo paradigma crossmediale:

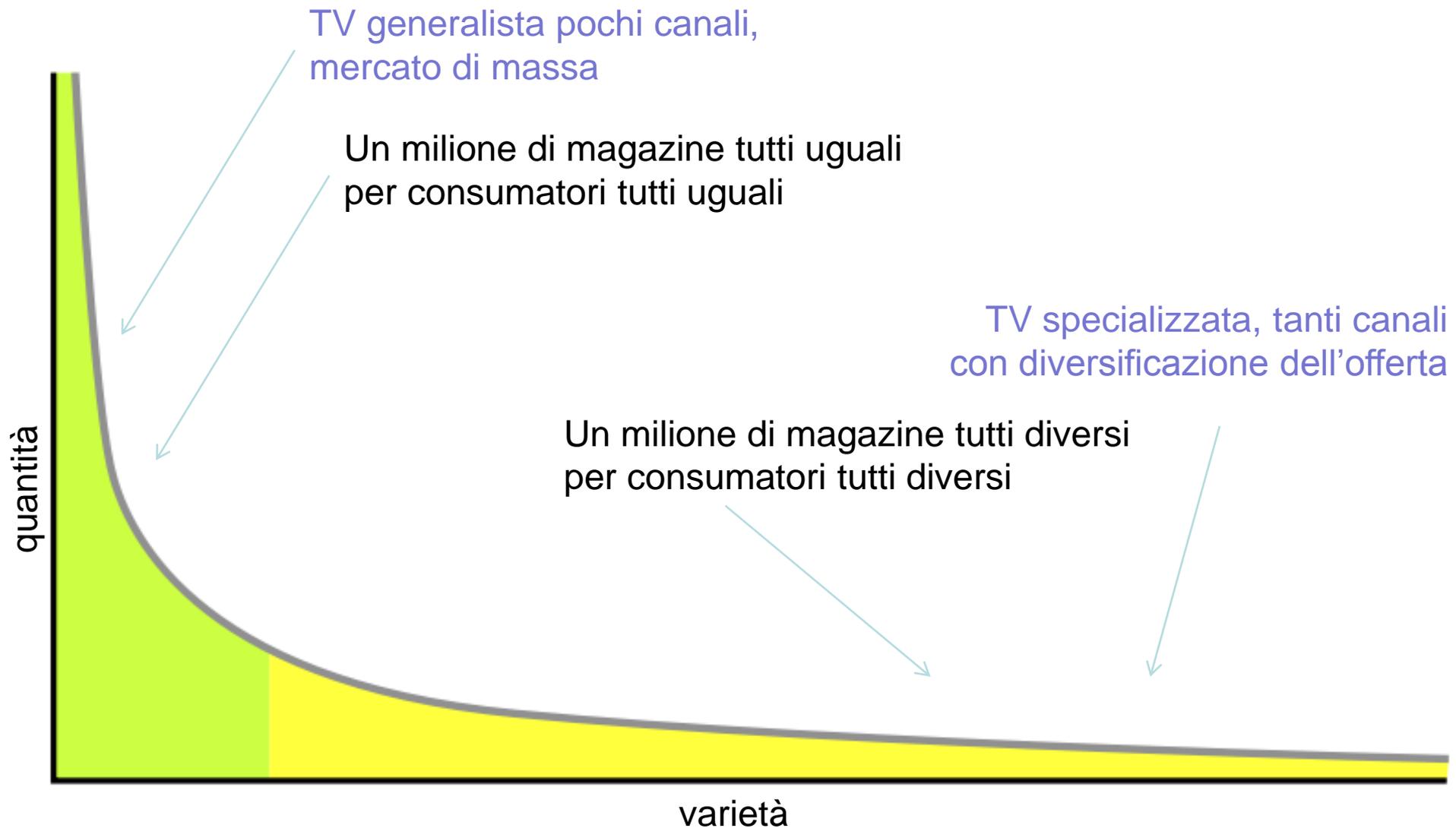
1\_Rendere il cliente  
più intelligente in  
fase di analisi

# Big Data = Transactions + Interactions + Observations



**Source:** Contents of above graphic created in partnership with Teradata, Inc.

# Dalla massa alla nicchia: la coda lunga



Valori del nuovo  
paradigma crossmediale:

2\_più originale in  
fase di comunicazione

<http://www.youtube.com/watch?v=bq7HPSR4xO8&feature=youtu.be>

<http://www.youtube.com/watch?v=41mBt8ONrFw&feature=youtu.be>

Valori del nuovo  
paradigma crossmediale:

3\_più attento alle  
reale necessità dei  
suoi consumatori

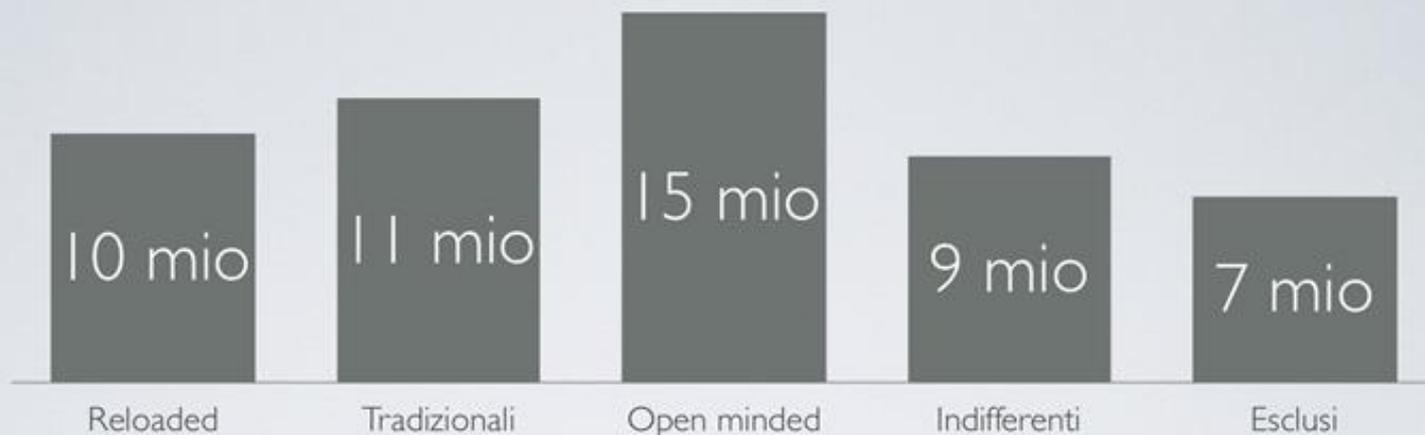
<http://www.youtube.com/watch?v=6yIn9NGtbNE>

# MULTICANALITÀ

Presidiata attraverso un controllo integrato dei canali.

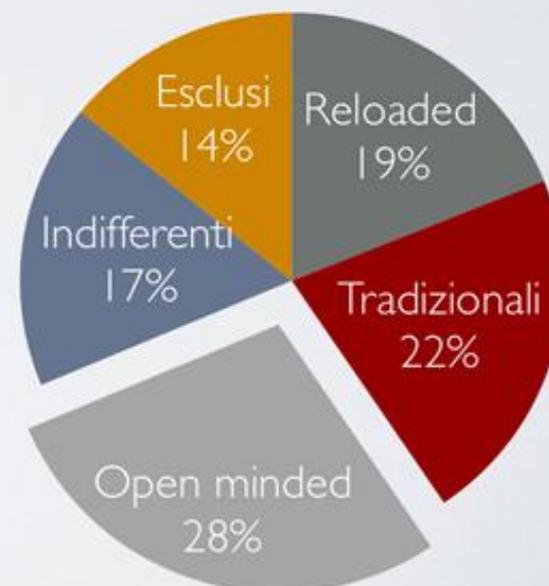
# CROSS MEDIA CHANNEL

## LO SVILUPPO DELLA MULTICANALITÀ

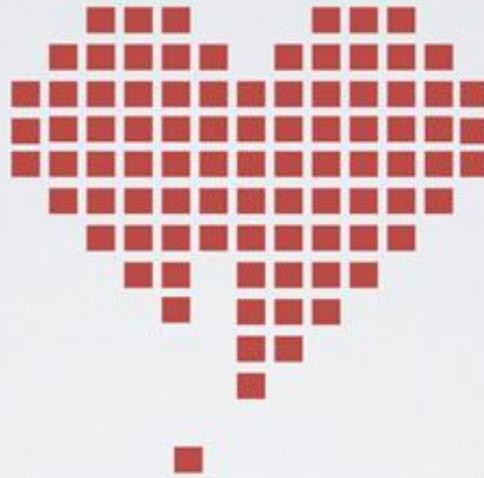


### *In evidenza*

Anche nel 2011 crescono significativamente i due cluster di consumatori più multicanale fino a raggiungere quota 25,0 milioni (47%). Sono consumatori coinvolti nei processi di relazione con le imprese, per cui il passaparola è diventato una leva aggiuntiva di marketing e il web un luogo dove sempre di più si prendono le informazioni prima di decidere un acquisto.



*person*  
CONSUMER

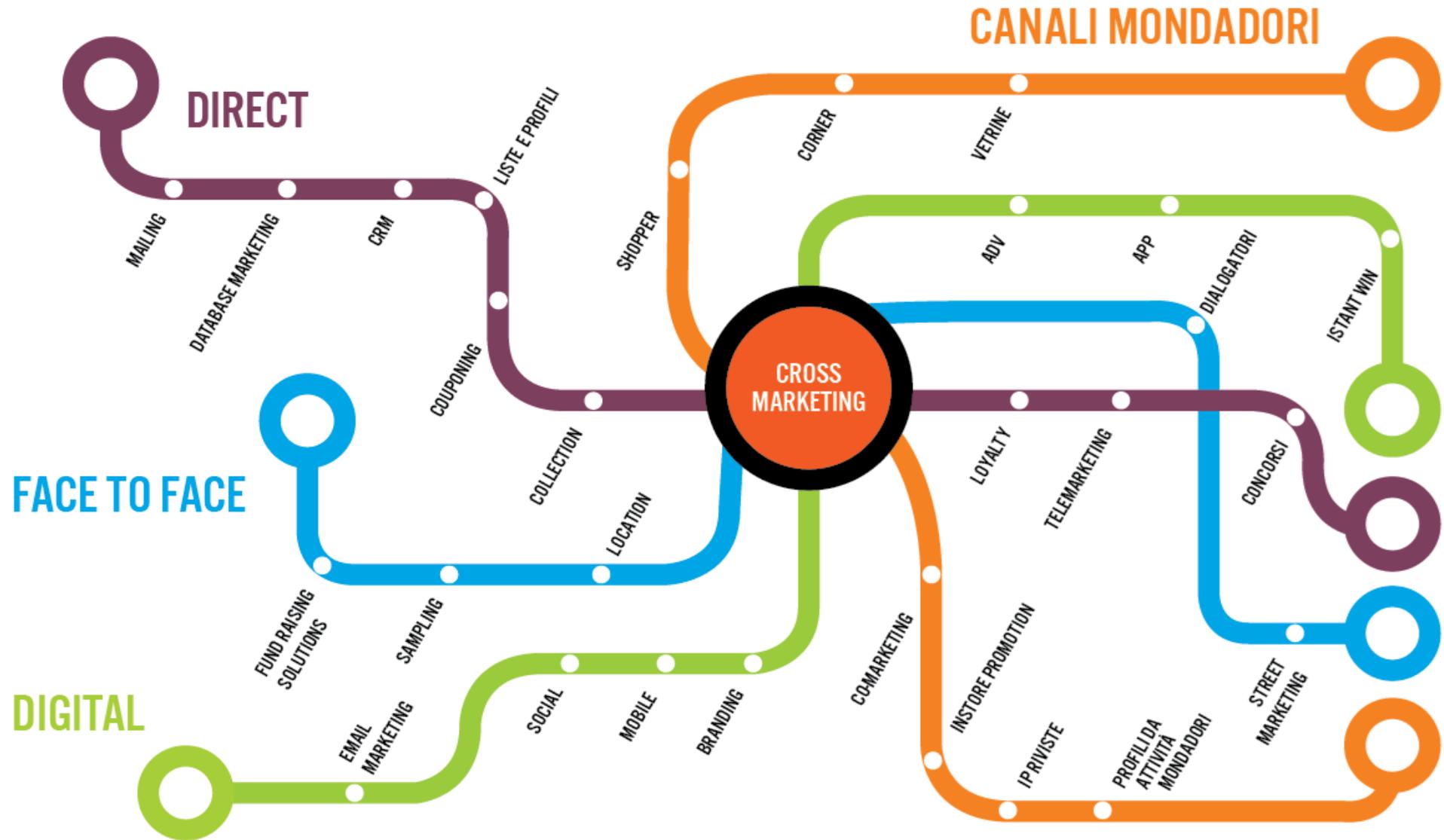


*person*  
BRAND



Dove comunicare?

# Il cross marketing







Banda di  
ragazzacci  
a Torino e  
Milano



Divisione Digital di  
Cemite Interactive  
Media (40 anni di  
Direct Marketing)



Azienda del  
Gruppo  
Mondadori



Se anche  
un giorno...

<http://www.youtube.com/watch?v=9c6W4CCU9M4>

...quel giorno,  
useremo ancora su  
libri di carta  
per imparare a  
suonare l'UKULELE

C

P A SSATO

P R ESENTE

F U T URO

A



That's all Folks!

onesti



@luigionesti



+39 335 7371834



luigi.onesti@mondadori.it



cemit.it

cemitds.it

