SOLUZIONE COMMUNICATION GROUP BRANDFIRST | MARK UP GDOWEEK

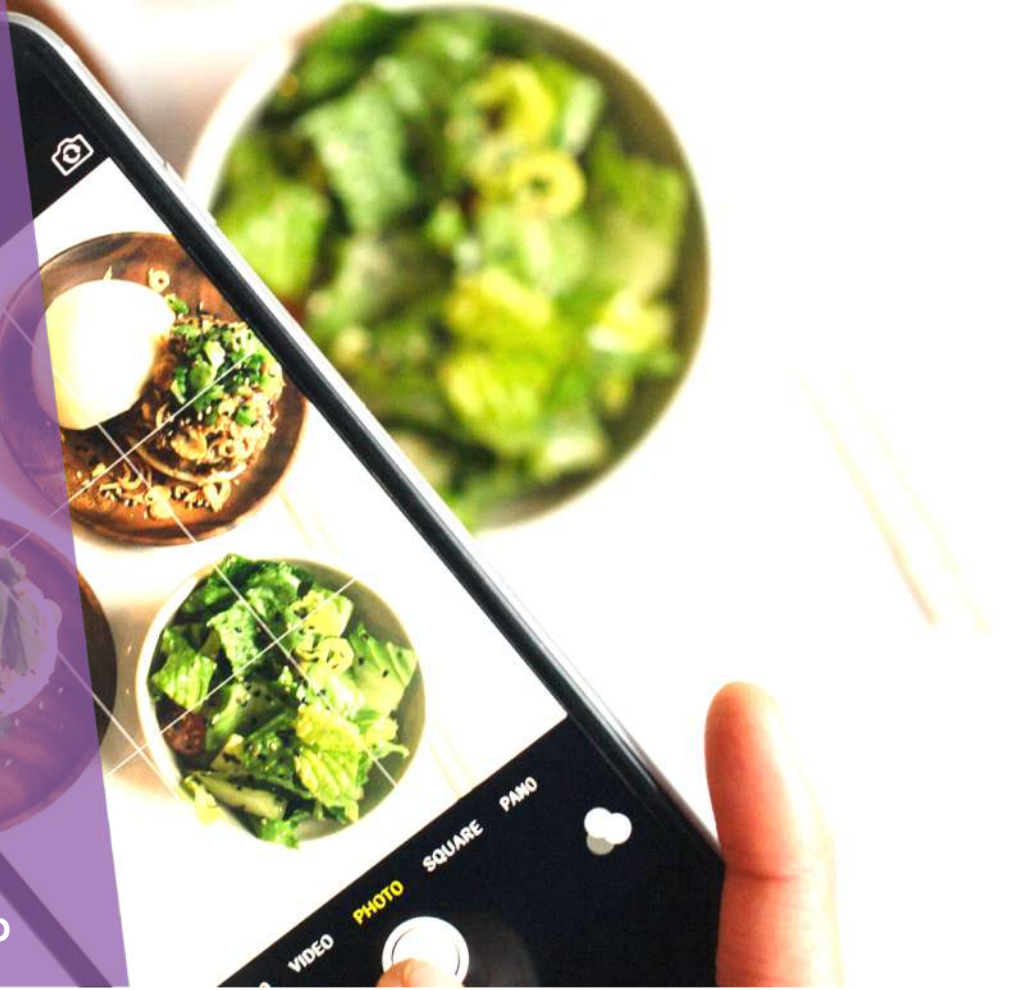
LE ERE DIGITALI DELLA COMUNICAZIONE FOOD

Giovedì 13 giugno 2019 - **TAG Calabiana**

LA COMUNICAZIONE DIGITALE DELLE AZIENDE FOOD ITALIANE

Michele Rinaldi

CEO e Head of Digital Soluzione Group



La comunicazione digitale delle aziende food italiane

METODOLOGIA
interviste online (sistema CAWI)

CAMPIONE
600+ aziende coinvolte
- 151 aziende rispondenti
- 10 miliardi + € fatturato aggregato aziende rispondenti
- 19 category

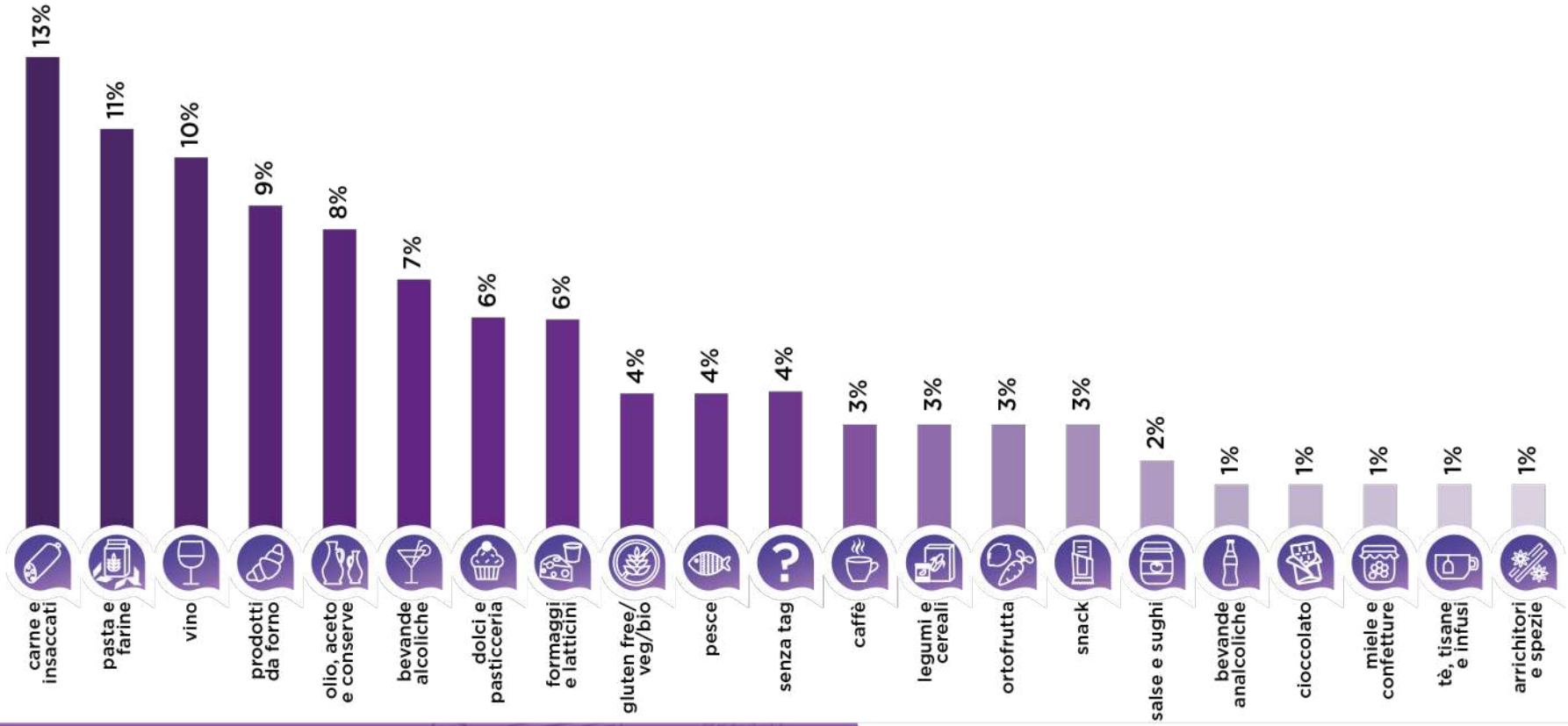
PERIODO
Novembre/Dicembre 2018

CATEGORY:
- ortofrutta
- formaggi e latticini
- carne e insaccati
- pesce
- legumi e cereali
- pasta e farine
- prodotti da forno
- snack
- cioccolato
- olio, aceto e conserve
- arricchitori e spezie
- tè, tisane e infusi
- bevande analcoliche
- vino
- bevande alcoliche
- caffè
- salse e sughi
- miele e confetture
- gluten free/veg/bio

RISULTATI
CAMPIONE COMPLETO

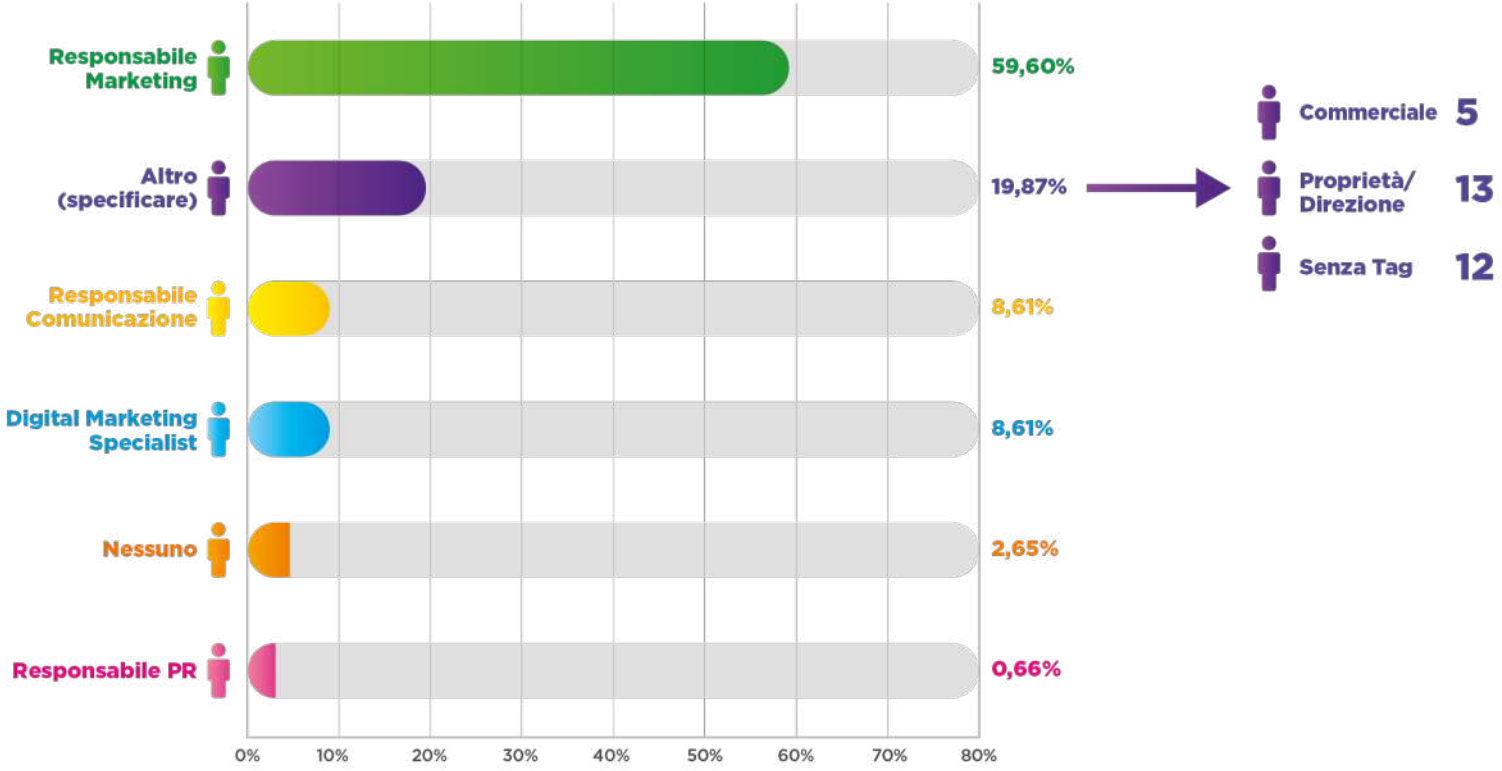
D2. A quale category appartiene la tua azienda?

RISPOSTA SECCA



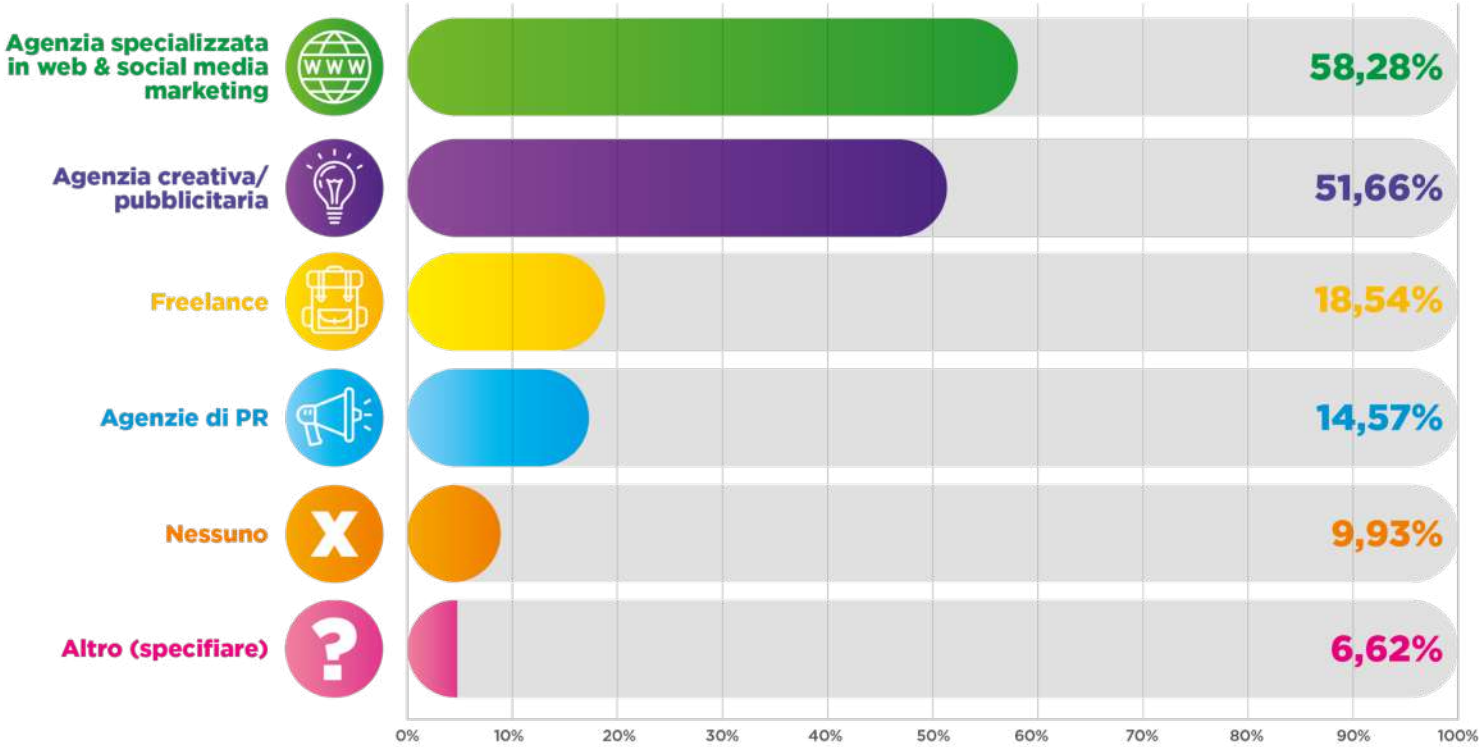
D3. Chi si occupa di definire la strategia di marketing digitale in azienda?

RISPOSTA SECCA



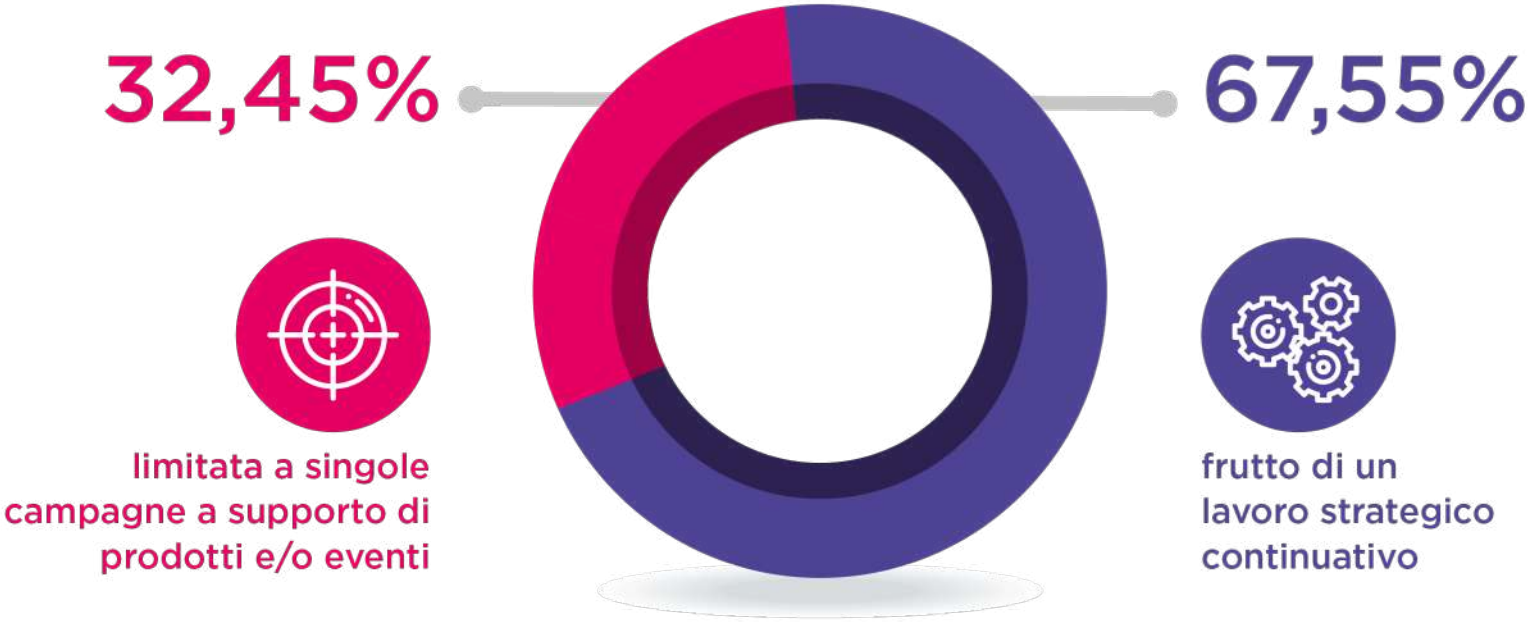
D4. Che tipo di partner esterni utilizza l'azienda per gestire la comunicazione sui canali digitali?

RISPOSTA MULTIPLA



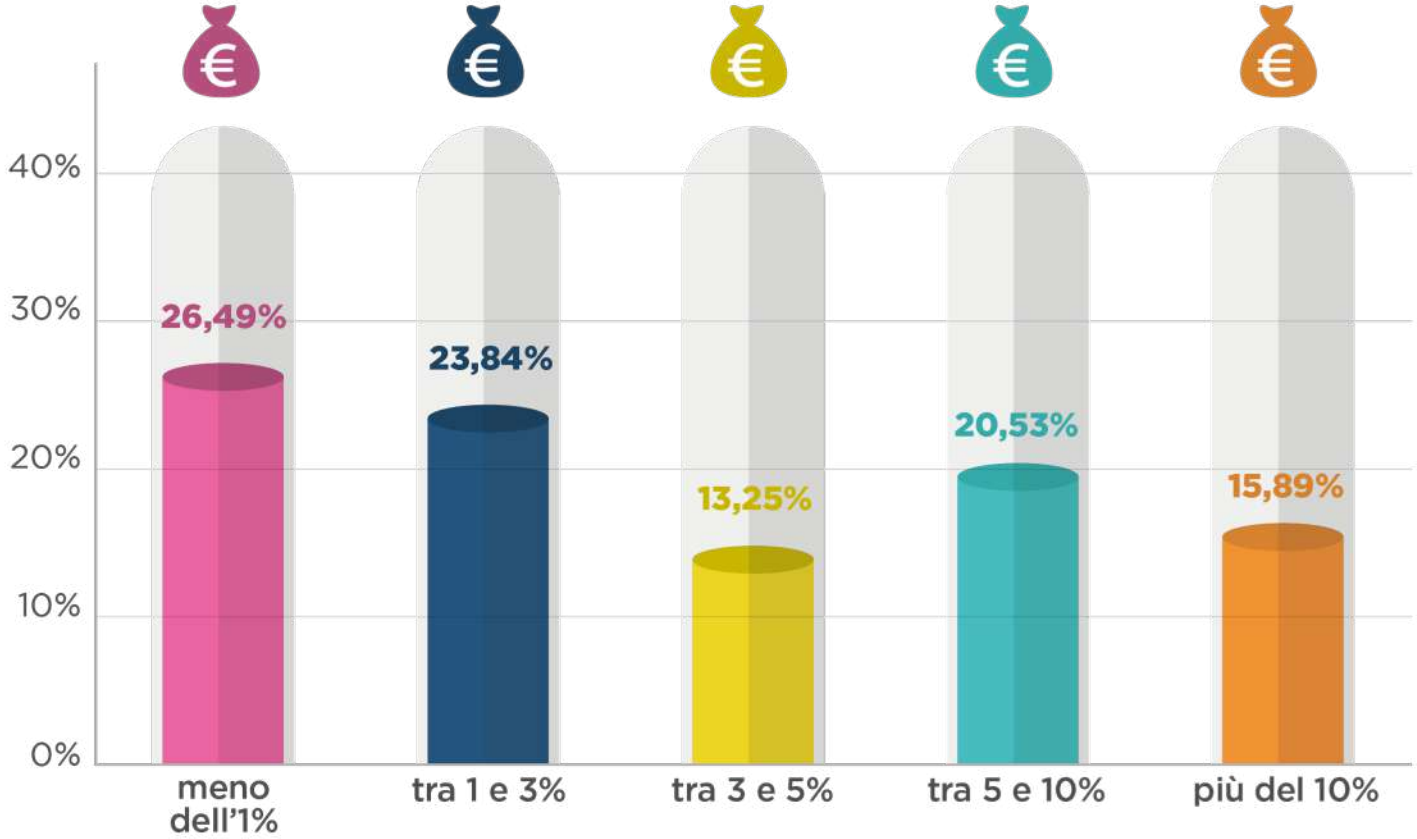
D5. La comunicazione digitale in azienda è:

RISPOSTA SECCA



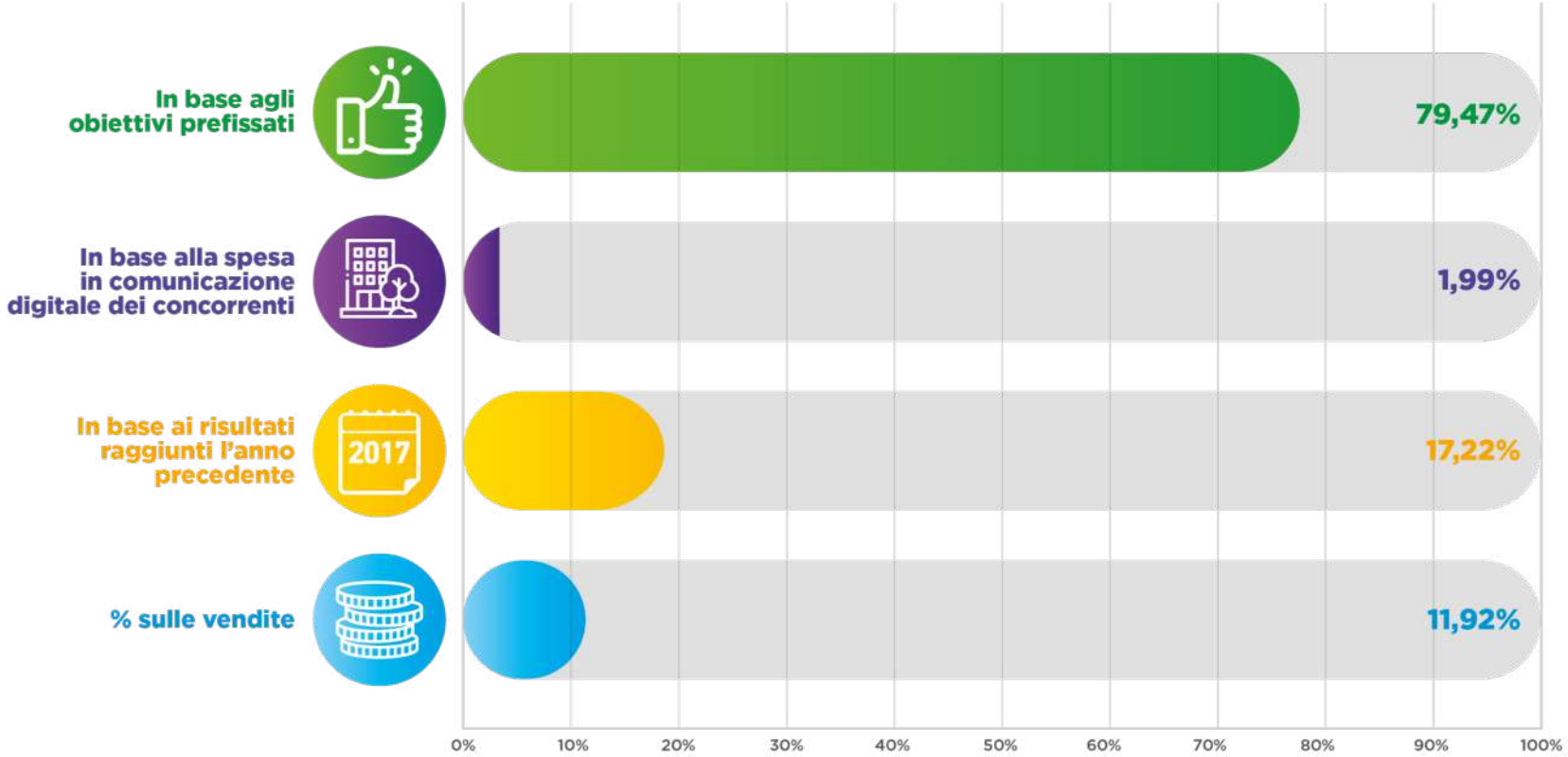
D6. Quale % del budget comunicazione annuo è dedicato al digitale?

RISPOSTA SECCA



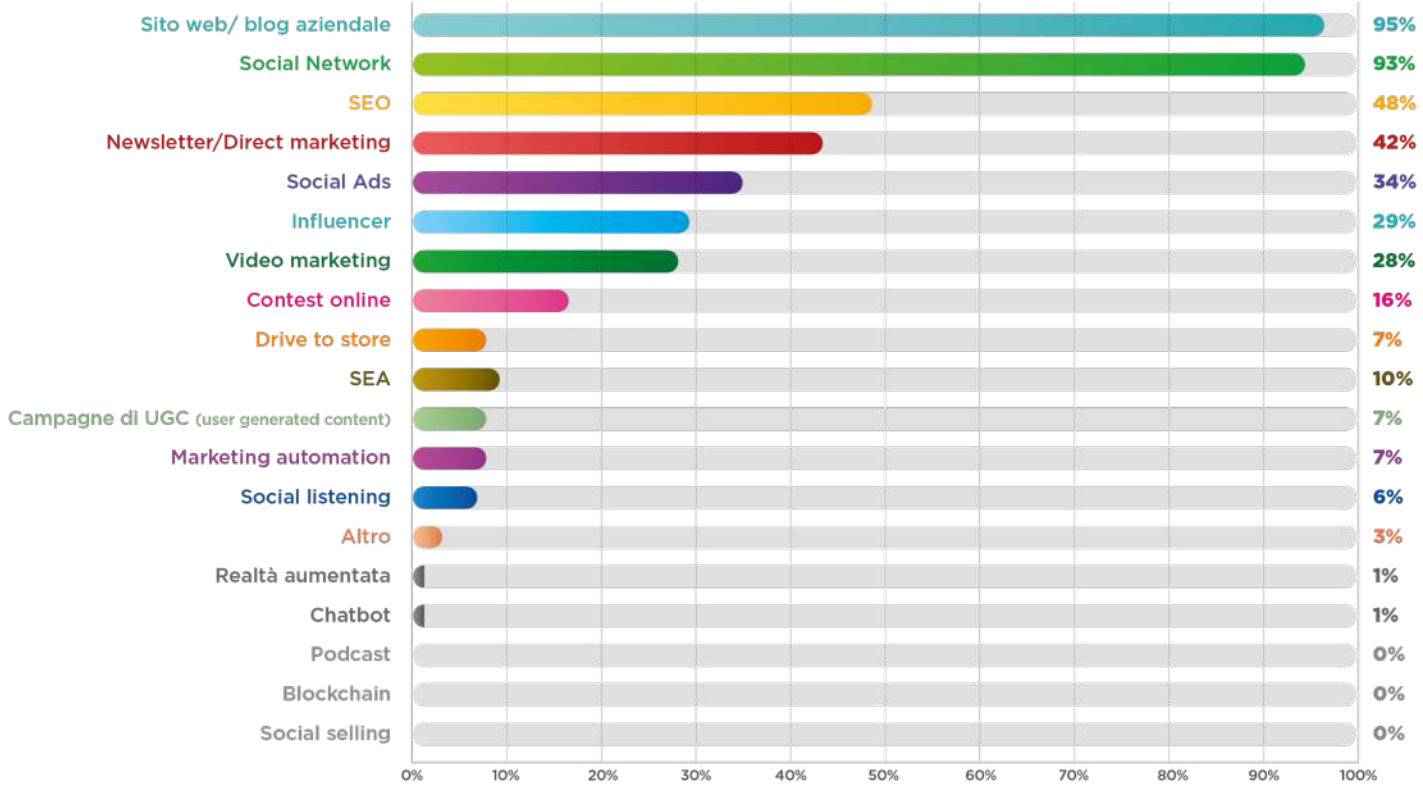
D7. In base a quale criterio viene definito il budget dedicato al digitale?

RISPOSTA SECCA



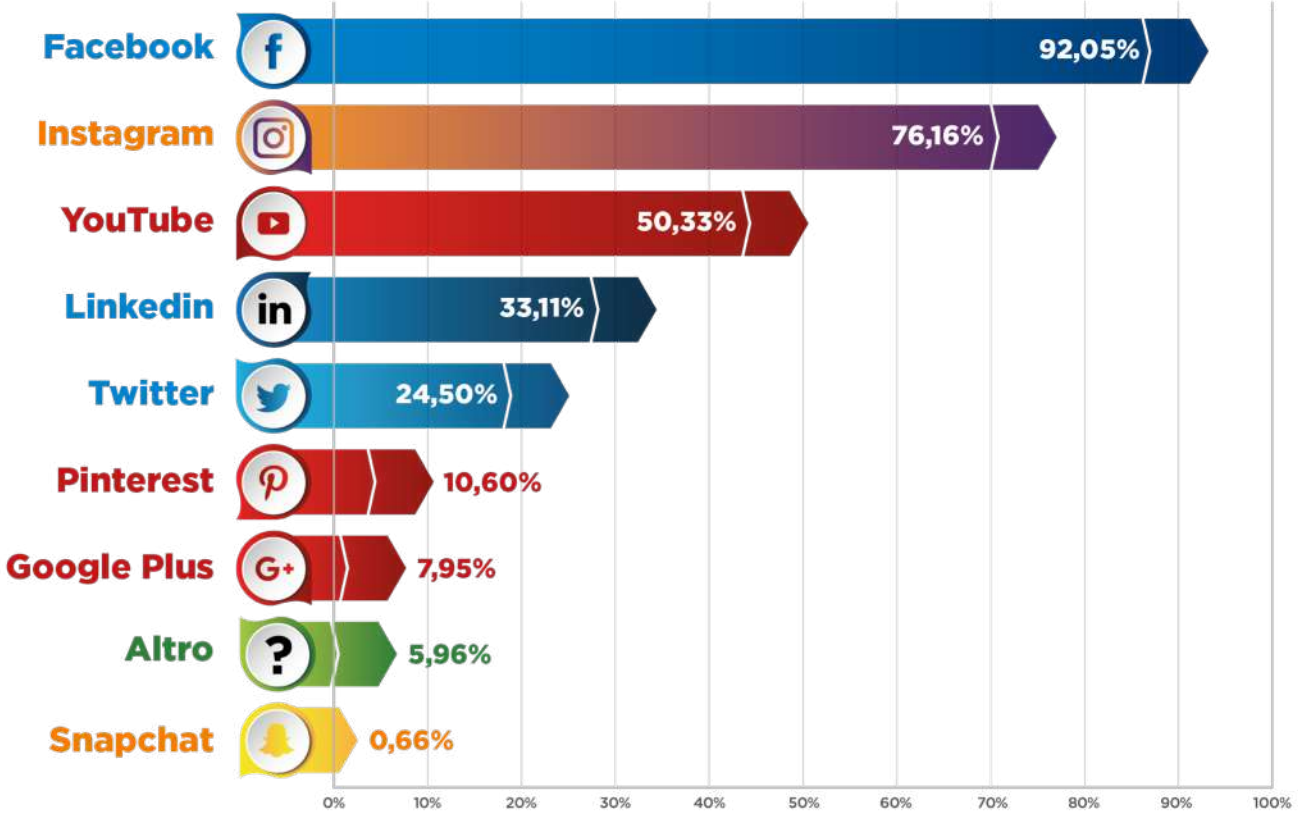
D8. Quali di questi canali/attività di comunicazione digitale rientrano nella strategia?

RISPOSTA MULTIPLA



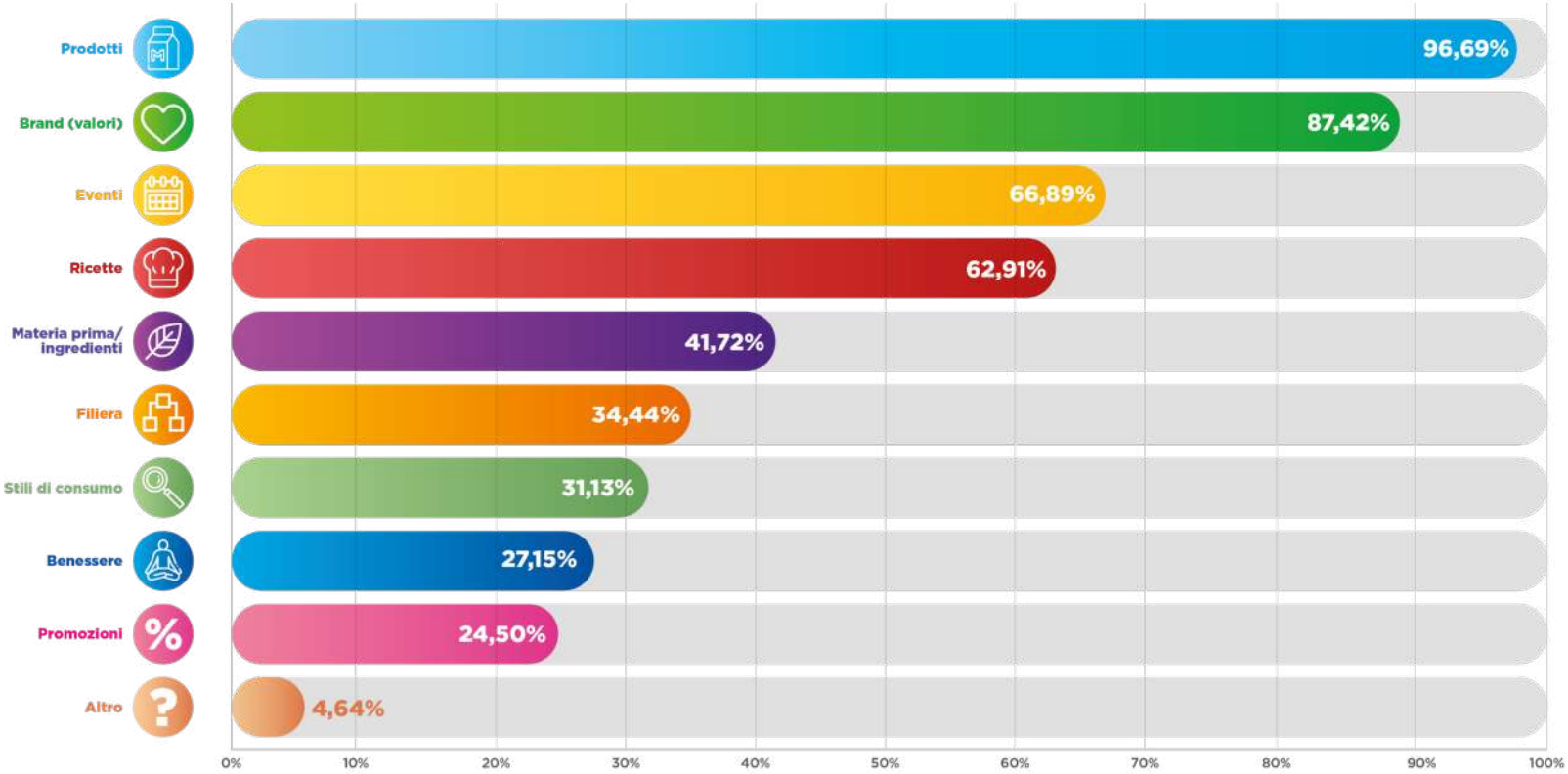
D9. Quali di questi social network fanno attualmente parte della vostra strategia digitale?

RISPOSTA MULTIPLA

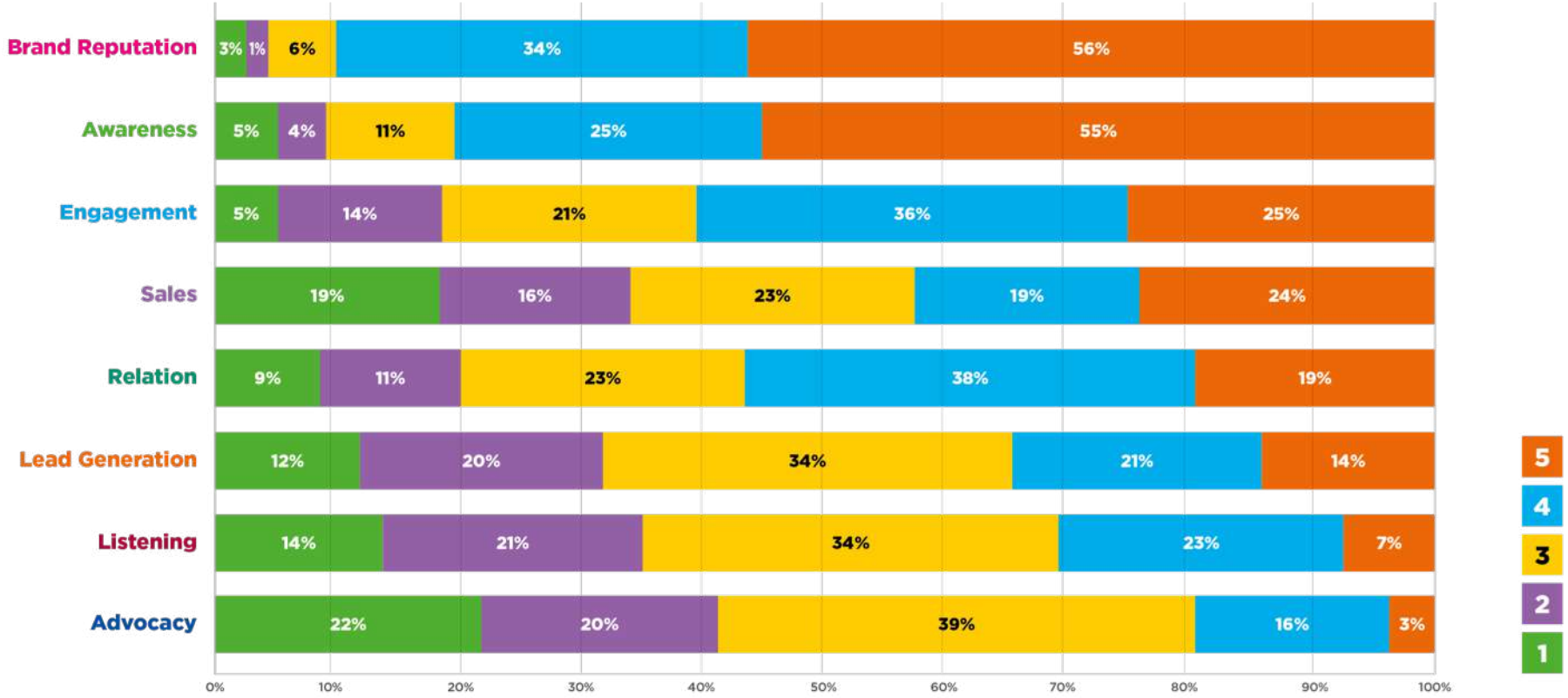


D10. Quali di questi argomenti sono oggetto della strategia di comunicazione digitale?

RISPOSTA MULTIPLA



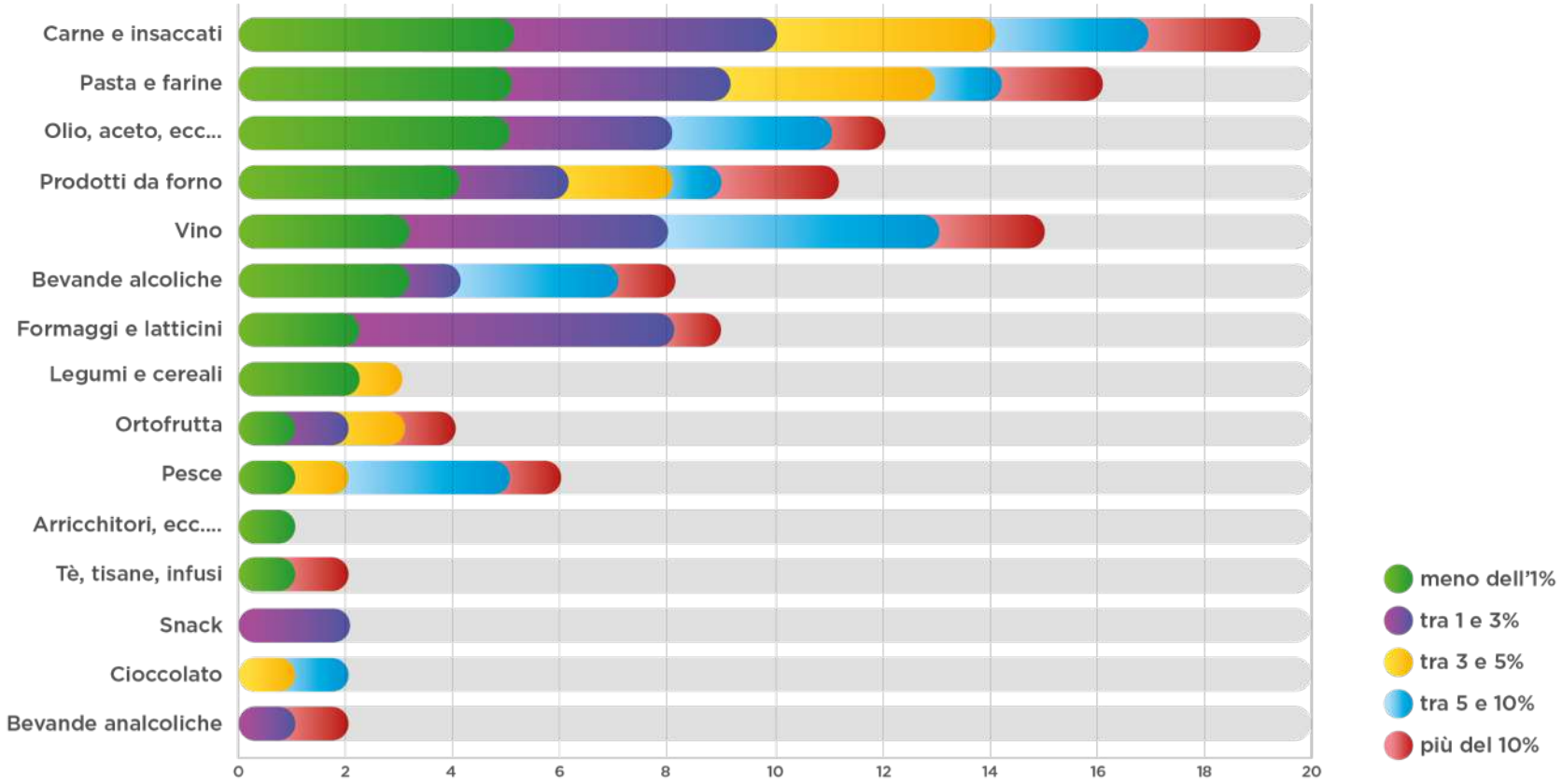
D11. Quali di questi obiettivi avete deciso di raggiungere attraverso i canali digitali? (attribuire un valore da 1 a 5 dove 5 è il massimo dell'importanza)



RISULTATI

CONFRONTO PER CATEGORY

D6. Quale % del budget comunicazione annuo è dedicato al digitale?



D8. Quali di questi canali/attività di comunicazione digitale rientrano nella strategia?

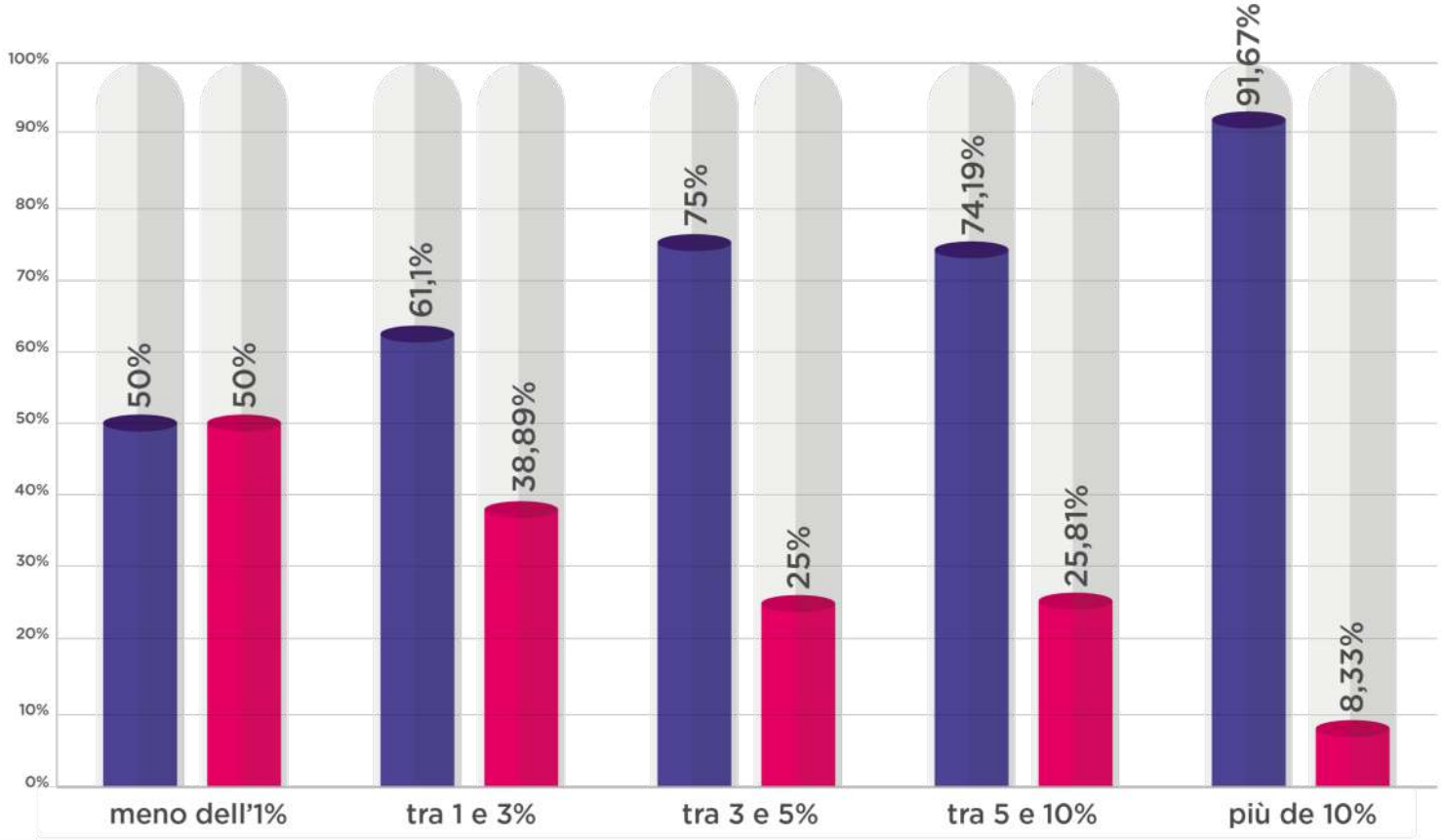
CARNE E INSACCATI

SNACK

RISULTATI

CONFRONTO PER % BUDGET

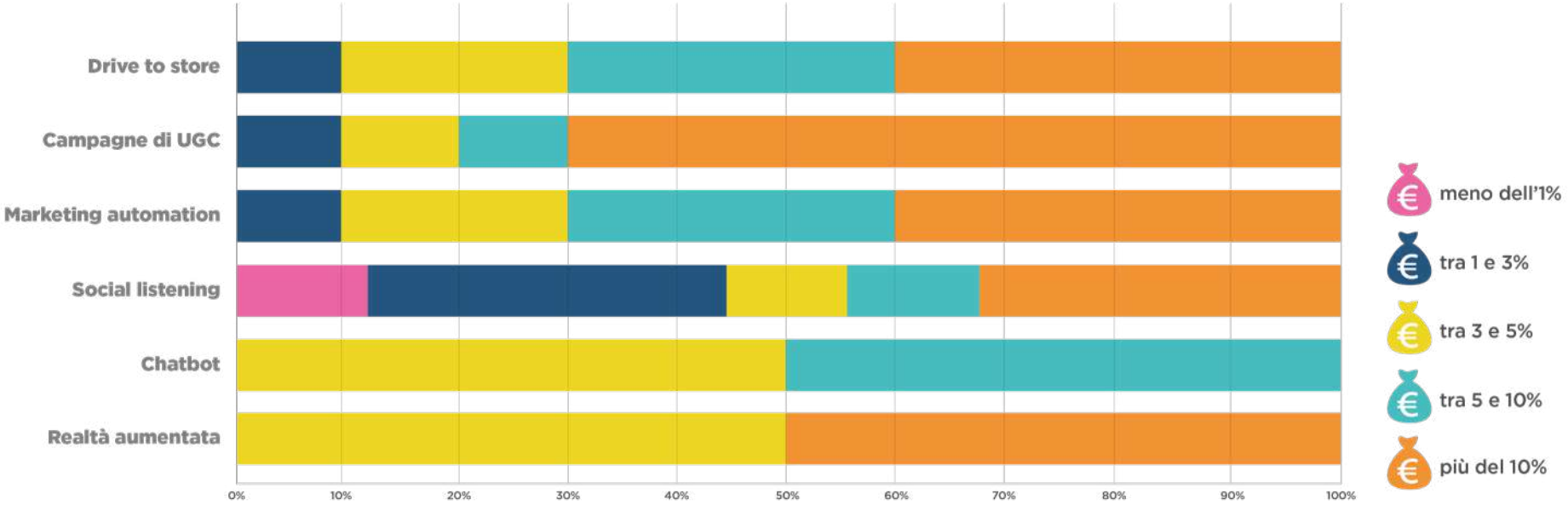
D5. La comunicazione digitale in azienda è:



Frutto di un lavoro strategico continuativo

Limitata a singole campagne a supporto di prodotti e/o eventi

D8. Quali di questi canali/attività di comunicazione digitale rientrano nella strategia?



Oltre alle attività ormai considerate «must» (sito, social, ads,...) più aumenta il budget destinato alla comunicazione digitale più l'azienda adotta un approccio «multicanale/multistrumento»

IN QUALE ERA DIGITALE SI TROVA IL TUO BRAND?

LE ERE DIGITALI

L'EVOLUZIONE DEL BRAND SUL PIANETA INTERNET

1982	1995	2004	2009	2011	2015	2018
PRIMATE	AUSTROLOPITECO	HABILIS	HERECTUS	NEANDERTAL	SAPIENS	SAPIENS SAPIENS

1982
Definizione del protocollo TCP/IP e della parola "Internet"

1981
Primo PC (IBM)

1985
Registrato il primo dominio .com di tutto il mondo e i domini nazionali: .it per l'Italia

1990
Nascita del linguaggio HTML

1991
Nascita del World Wide Web (www)

1993
Primo browser pensato per il web, Mosaic

1993
Primo sito web italiano, secondo in Europa, il sito del Crs4 (Centro di ricerca, sviluppo e studi superiori in Sardegna)

1995: primi laptop
1998: nasce Google
2002: nasce LinkedIn

2004: nasce Facebook
2005: nasce YouTube
2006: nasce Twitter
2007: primi smartphone
2008: prime App

2009: nasce WhatsApp
2010: primi tablet
2010: nasce Instagram

B2C

1995 Market place — amazon, ebay

Pinterest (A)
Blogger (AD, BR)
Contest online (E, LG)
Recensioni online (AD, BR, S)
Google Shopping (A)
Snapchat (E)
Instagram (A, E)
Affiliate Mktg (S, LG)
Influencer (AD)
Spotify (A)
Messenger (R)
Digital Drive to Store (S)
Podcast (E, BR, A)
Gaming (E, LG)
TV On Demand (A)
In-image Recognition (L)

B2B e B2C

Adwords (A, S)
SEO (A)
Forum (AD, BR, R)
Display (A, S, LG)
Facebook (A, E, R)
Blog (A, BR)
eCommerce (S)
Twitter (A, BR, R)
DEM/ Newsletter (A, S, LG)
App (E, LG)
Social Listening (L, BR)
Virtual Reality (E)
QR Code (LG)
Video Mktg (A, E)
Mktg Automation (S, LG)
Survey online (L)
Chatbot (R)
WhatsApp Business (R)
Programmatic (A, LG)
Native ADV (A, BR)
Intelligenza Artificiale (R)

B2B

LinkedIn (A, BR)
Inbound Marketing (S, LG)
Social Selling (S, LG)

LEGENDA OBIETTIVI
A Awareness · AD Advocacy · BR Brand Reputation · E Engagement · L Listening · LG Lead Generation · R Relation · S Sales

Soluzione Group © 2018 All Rights Reserved

LE ERE DIGITALI

L'EVOLUZIONE DEL BRAND SUL PIANETA INTERNET

1982	1995	2004	2009	2011	2015	2018
PRIMATE	AUSTRALOPITECO	HABILIS	HERECTUS	NEANDERTAL	SAPIENS	SAPIENS SAPIENS

1982
Definizione del protocollo TCP/IP e della parola "Internet"

1981
Primo PC (IBM)

1985
Registrato il primo dominio .com di tutto il mondo e i domini nazionali: .it per l'Italia

1990
Nascita del linguaggio HTML

1991
Nascita del World Wide Web (www)

1993
Primo browser pensato per il web, Mosaic

1993
Primo sito web italiano, secondo in Europa, il sito del Crs4 (Centro di ricerca, sviluppo e studi superiori in Sardegna)

1995: primi laptop
1998: nasce Google
2002: nasce LinkedIn

2004: nasce Facebook
2005: nasce YouTube
2006: nasce Twitter
2007: primi smartphone
2008: prime App

2009: nasce WhatsApp
2010: primi tablet
2010: nasce Instagram

B2C

1995 Market place — amazon, ebay

Pinterest (A)

Blogger (AD, BR)

Contest online (E, LG)

Recensioni online (AD, BR, S)

Google Shopping (A)

Snapchat (E)

Instagram (A, E)

Affiliate Mktg (S, LG)

Spotify (A)

Influencer (AD)

Messenger (R)

Digital Drive to Store (S)

Podcast (E, BR, A)

Gaming (E, LG)

TV On Demand (A)

In-image Recognition (L)

B2B e B2C

Adwords (A, S)

SEO (A)

Forum (AD, BR, R)

Display (A, S, LG)

Facebook (A, E, R)

Blog (A, BR)

eCommerce (S)

Twitter (A, BR, R)

DEM/ Newsletter (A, S, LG)

App (E, LG)

Social Listening (L, BR)

Virtual Reality (E)

QR Code (LG)

Video Mktg (A, E)

Mktg Automation (S, LG)

Survey online (L)

Chatbot (R)

WhatsApp Business (R)

Programmatic (A, LG)

Native ADV (A, BR)

Intelligenza Artificiale (R)

B2B

LinkedIn (A, BR)

Inbound Marketing (S, LG)

Social Selling (S, LG)

LEGENDA OBIETTIVI: A Awareness · AD Advocacy · BR Brand Reputation · E Engagement · L Listening · LG Lead Generation · R Relation · S Sales

Soluzione Group © 2018 All Rights Reserved

BRANDFIRST

SOLUZIONE
COMMUNICATION GROUP

2+ Mln TURNOVER

31 YEARS

50%+ IN FOOD INDUSTRY

4 BUSINESS UNIT

30 PEOPLE

BRANDING INTELLIGENCE® **SYSTEM**

MEDIA RELATIONS **SYSTEM**

SOCIAL **BRANDING**

WEB **INTELLIGENCE**

UN APPROCCIO INTEGRATO A 360°

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

SOLUZIONE COMMUNICATION GROUP BRANDFIRST | MARK UP GDOWEEK