



**IL RUOLO DELLA
COMUNICAZIONE PER LA
SOCIETÀ DI DOMANI –
GENERARE VALORE E
CAMBIAMENTO CULTURALE**

Milano, 10 novembre 2017

**INNOVAZIONE TECNOLOGICA,
PROFILINGE MISURAZIONE
DELL'EFFICACIA DELLA
COMUNICAZIONE**

ANDREA ZAPPIA

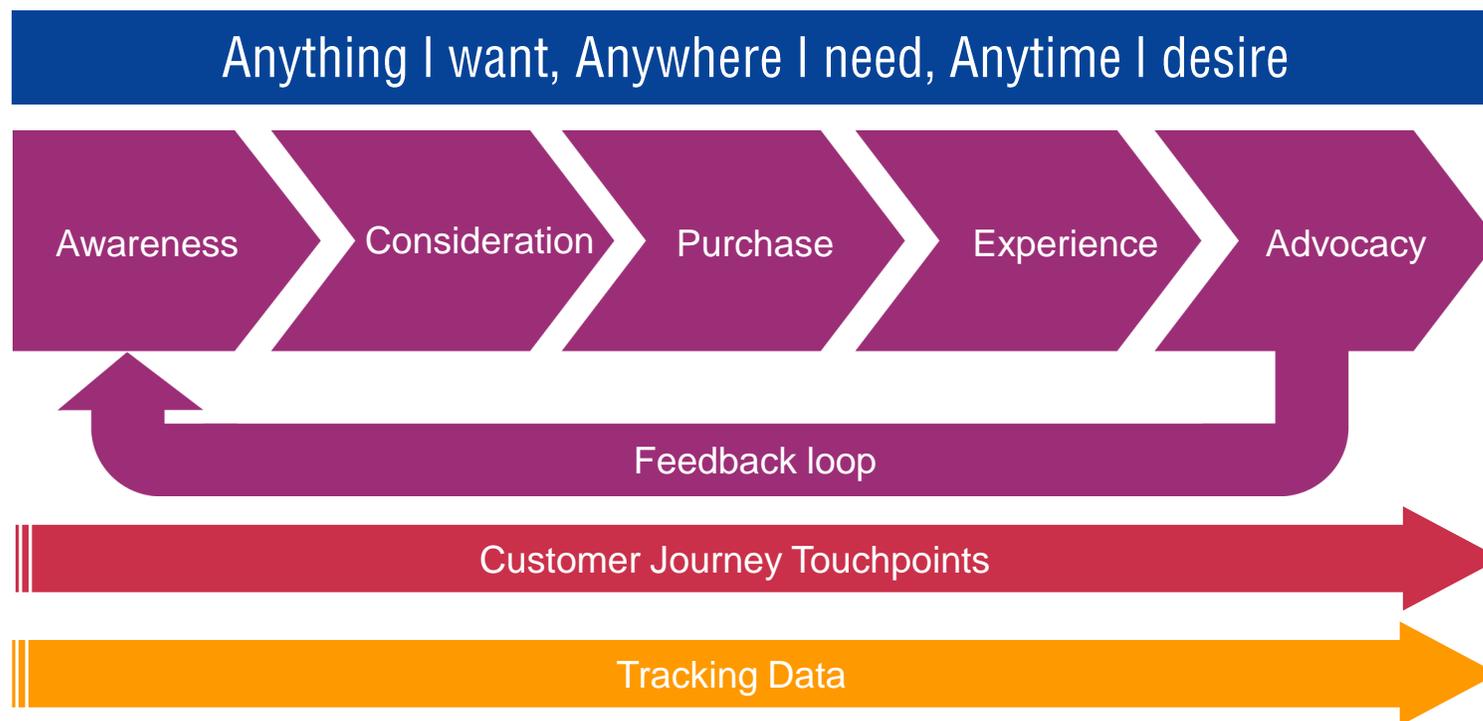




Innovazione tecnologica, profiling
e misurazione dell'efficacia della comunicazione
Andrea Zappia, Sky Italia

I clienti sono cambiati: hanno pieno potere di scelta

- Ogni bisogno oggi è soddisfatto con facilità
- Il beneficio intrinseco del prodotto è dato per scontato
- Il cliente va oltre, cerca ciò che più lo rappresenta



L'identità del brand e i suoi valori hanno assunto sempre più rilevanza

Il nostro modo di comunicare, è cambiato con loro

- Guardare Sky con occhi nuovi
- Rendere il me-time dei nostri clienti un'esperienza profonda, ricca e gratificante
- Raccontare lo Sky-time che riesce ad emozionare ed arricchire i nostri clienti



BRAND CAMPAIGN IDEA

EMOTIONS YOU CAN LIVE ONLY ON SKY

We invent a new vocabulary to describe complex feelings and experiences only available on Sky.

Video



sky

Ma la brand promise, anche se distintiva, non basta

Il cliente richiede ad ogni Brand di avere elementi fondamentali per essere rilevante

1

Semplicità

2

Trasparenza

3

Comodità

4

Flessibilità

La rilevanza del messaggio è chiave...

In un contesto sovraffollato di messaggi,
per emergere bisogna puntare sulla rilevanza per il cliente

Comunicazione



L'adv si è evoluto dalla ricerca di volumi di audience e di traffico...

...verso l'efficacia su personas, per tendere alla personalizzazione del messaggio grazie al digitale

...e la profilazione è il trend più importante degli ultimi anni

1

Il programmatic advertising
continua a crescere

Pesava €315m in Italia nel 2016 e cresce il 25-30% l'anno

2

Algoritmi sofisticati e Big Data per
profilare al meglio la base clienti

I dati ci permettono di definire micro-segmenti di pubblico per
inviare messaggi personalizzati

3

Estrarre valore dai dati significa anche
investire nell'evoluzione di una piattaforma

Le applicazioni sono pressoché infinite, ma anche technology
intensive, quindi capital intensive



Customer Centricity



Omni-channel
Relationship



Analytics & Content
Marketing



Channels
Engagment



Content Fluid
View

Le sfide del data driven advertising per Sky

- **Rispetto della privacy**
le regole del gioco in Italia e in Europa, sono un tema fondamentale di trust e di reputation
- **Non solo numeri, ma persone**
servono i migliori data scientist per interpretare gli insights, noi li abbiamo trovati all'estero (San Francisco, India, UK) e ora ne formeremo altri in-house
- **L'importanza di un buon advertising mix**
non solo una sofisticata profilazione, ma anche comunicazione di brand, prodotto e call to action



AdSmart applica la profilazione del digitale su larga scala per la TV





Q & A

Andrea Zappia, Sky Italia