



LUCA LANI, CEO DEL GRUPPO CITYNEWS, INTERVISTATO DA DAILYNET

L'intervista Citynews, il compleanno può attendere, la riscossa post Covid è iniziata: audience boom, tiene la nazionale

Eventi È scattato il secondo Torneo Invitational Fifa 20; Calciomercato.com si schiera con Exeed

LA MANIFESTAZIONE, CHE HA PRESO IL VIA IERI, SI SVOLGERÀ SU QUATTRO TAPPE SETTIMANALI OGNI MERCOLEDÌ, TERMINANDO IL 5 AGOSTO. NEGLI ULTIMI TRENTA GIORNI REGISTRATE SUL SITO OLTRE 33 MILIONI DI SESSIONI E 95 MILIONI DI PAGINE VISTE

Agenzie SCM Live Show: un successo globale ottenuto grazie anche al supporto di Inside

LA STRUTTURA HA REALIZZATO I CONTENUTI GRAFICI E LE ANIMAZIONI PER PROFILI SOCIAL, LANDING PAGE, DEM, SCHEDE PRODOTTI, GUIDA TECNICA DELLA PIATTAFORMA, LEDWALL DELLO STUDIO TV, TRAILER TEASER DELL'EVENTO E LE DIVERSE DECLINAZIONI DEI BANNER IN OTTO LINGUE



LUCA TARGA, CEO DI INSIDE

19 Mercato La novità di SG Company è il futuro nello stile "digital upfront"

Scenari PMI.it e East Media supportano le imprese italiane nel digital in Cina

11 Appuntamenti Netcomm Award 2020: una settimana alla prima edizione social dell'evento

Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

Pagine viste: Web 236 milioni - App 330 milioni
Visitatori unici: Web 7.2 milioni - App 1.2 milioni
Visite: Web 21.6 milioni - App 15 milioni
Permanenza media Web & App: 7 minuti

Fonte: Google Analytics gennaio 2020 - App (iOS + Android)

AutoScout24 Italia S.r.l. - Via Pordenone 8, 20132 Milano (MI)

Sales Director: Michele Mango, +39 02 21080829 - michele.mango@autoscout24.com - www.autoscout24.it

WebAds Srl - Via Olmetto, 21, 20123 Milano (MI), +39 02 92889700 - info@webads.it - www.webads.it



Scenari Ecco come PMI.it e East Media aiutano le imprese italiane sulle piattaforme digitali cinesi

Le due realtà appartenenti al Gruppo Triboo hanno organizzato un webinar per aiutare il settore nazionale a vendere online sui mercati asiatici

Un webinar - organizzato da PMI.it, testata storica per l'informazione economica e di business dedicata alla Piccola e Media impresa, in collaborazione con East Media, azienda del gruppo Triboo specializzata in Digital Marketing per il mercato cinese, coreano e russo, con sede a Milano e Shanghai - si è focalizzato sugli strumenti digitali a disposizione delle piccole e medie imprese italiane che desiderano attuare una strategia di internazionalizzazione sul mercato cinese. Come aumentare la brand awareness attraverso WeChat? Cosa sono i mini-program di WeChat, e come si possono utilizzare



per guidare le vendite? Come farsi conoscere e trovare nuovi partner attraverso la localizzazione del proprio sito aziendale sul motore di ricerca locale Baidu? Queste sono solo alcune delle domande a cui il webinar ha cercato di dare una risposta. Essere ben posizionati sui motori di ricerca e sui social network locali - piattaforme diverse rispetto a quelle più comunemente utilizzate in occidente - offre importanti opportunità commerciali, aumentando la visibilità del proprio marchio, facilitando l'individuazione di partner

e soprattutto conquistando nuovi clienti. Dopo aver tracciato una panoramica dello scenario digitale in Cina, sono state analizzate le reali opportunità offerte dal web cinese alle aziende italiane e sono stati esaminati i trend e le prospettive di sviluppo nei prossimi mesi.

PUNTARE SULL'EXPORT

Nel corso del webinar sono intervenuti: Christian Bertelli, Client Partner di East Media (Cina: come farsi conoscere da clienti e partner cinesi attraverso il digital); Riccardo Rubbiani e Raffaello Giardi, Fondatori di Italian Life Style (Italian Life Style: il palcoscenico del Made in Italy nell'ecosistema WeChat). Alessandra Gualtieri, responsabile editoriale di PMI.it, commenta: "La Cina è il primo mercato di destinazione dell'export italiano nell'area dell'Asia-Pacifico. Per le aziende italiane del Made in Italy è dunque fondamentale

le una presenza digitale in questo paese, ancor più oggi in ottica di ripartenza post Covid. La collaborazione tra PMI.it ed East Media, attraverso iniziative congiunte come quella dei webinar, mira a mettere a fattor comune le rispettive aree di competenza, per fornire alle imprese tutti gli strumenti per definire una efficace strategia di posizionamento online." "In un periodo delicato come quello che stiamo vivendo - commenta Emanuele Vitali, co-founder di East Media - le aziende italiane devono puntare all'export e posizionarsi sui mercati chiave. Guardando, in particolare, la Cina, dove il consumatore ha una grande considerazione del Made in Italy, apprezzato per la qualità, il design e l'attenzione al dettaglio. Attraverso le piattaforme e gli strumenti del web le aziende italiane hanno la possibilità di raggiungere nuove fasce di consumatori, fidelizzare i propri clienti e di trovare partner strategici in loco. L'economia italiana deve ripartire e il Paese del Dragone può contribuire in maniera importante a questa ripresa, confermando ancora una volta le radicate relazioni tra i due Paesi".

Advertising Arriva #MyRelaxingMoment: PowderRain porta il benessere a casa tua

Il marchio hansgrohe ha lanciato una brand campaign con i professionisti del ciclismo: interamente rivolta ai social media, con influencer selezionati

hansgrohe, marchio del Gruppo omonimo, tra i leader nella produzione e commercializzazione di sistemi doccia e rubinetteria, lancia #MyRelaxingMoment, una nuova campagna di brand interamente rivolta ai social media con l'obiettivo di raccontare i momenti di massimo relax perso-

nale, fuori e dentro la sala da bagno. Influencer selezionati e alcuni tra i campioni di ciclismo del team BORA-hansgrohe danno vita alla campagna, condividendo il proprio personale #MyRelaxingMoment con la community digitale. La brand campaign è di portata globale e vive sulle pagine Facebook e



Instagram degli account hansgrohe di tutte le filiali nel mondo, Italia compre-

sa, fino a fine luglio 2020. I membri della squadra di ciclismo Bora-hansgrohe,

Emanuel Buchmann, Daniel Oss e Peter Sagan; gli influencer @vikyandthekid e @teresacasamonti, entrambi tedeschi, e gli influencer francesi e belgi @sosoosoo e @louisemertens stanno aprendo la strada, condividendo i loro momenti di relax personali. Tutti i clienti hansgrohe sono invitati a utilizzare l'hashtag #MyRelaxingMoment su Facebook o Instagram e a condividere con la community digitale i momenti di relax personali durante la compagna.