STRATEGIC Management Partners

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

CONFINDUSTRIA

V° Forum Nazionale ANES

Indagine sull'editoria tecnico, professionale e specializzata all'indomani dell'avvento del web

5034-102-Intervento_V _Forum_ANES

Milano, Ottobre 2011

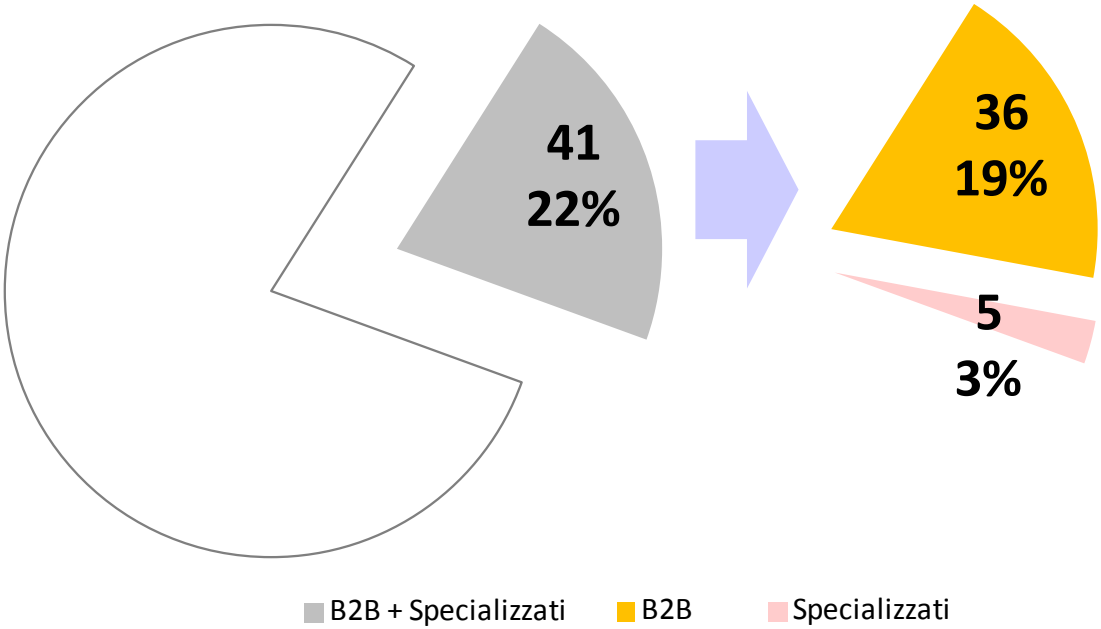
Questo **documento riservato** è stato preparato per una presentazione orale di sintesi. Non può essere considerato completo senza l'integrazione dei commenti di supporto dei relatori.

Il campione per tipologia di editore e classe di fatturato

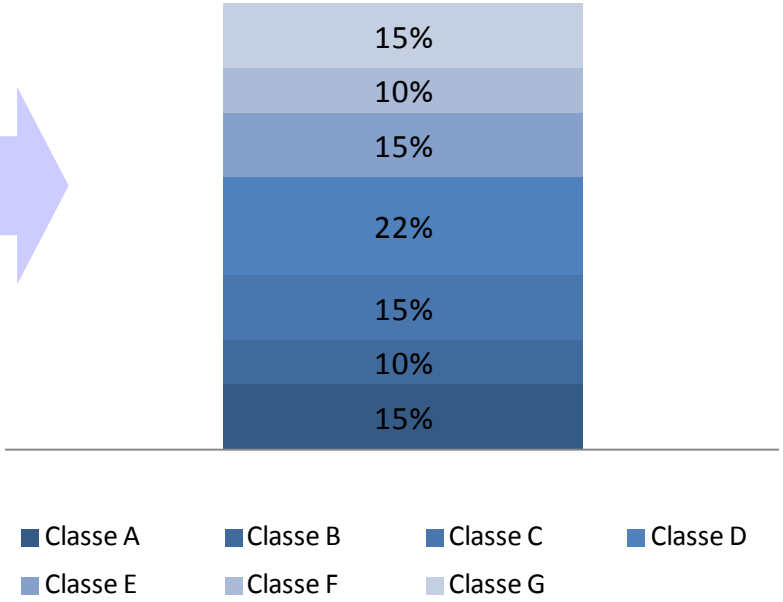
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

TOT Editori Associati ANES = 190

Campione Indagine



Suddivisione della aziende campione per classi di fatturato



Hanno partecipato all'indagine 41 Aziende (36 editori b2b e 5 specializzati) che rappresentano il 22% dell'universo di riferimento (Editori soci ANES)

Metodologia ed aree di indagine

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

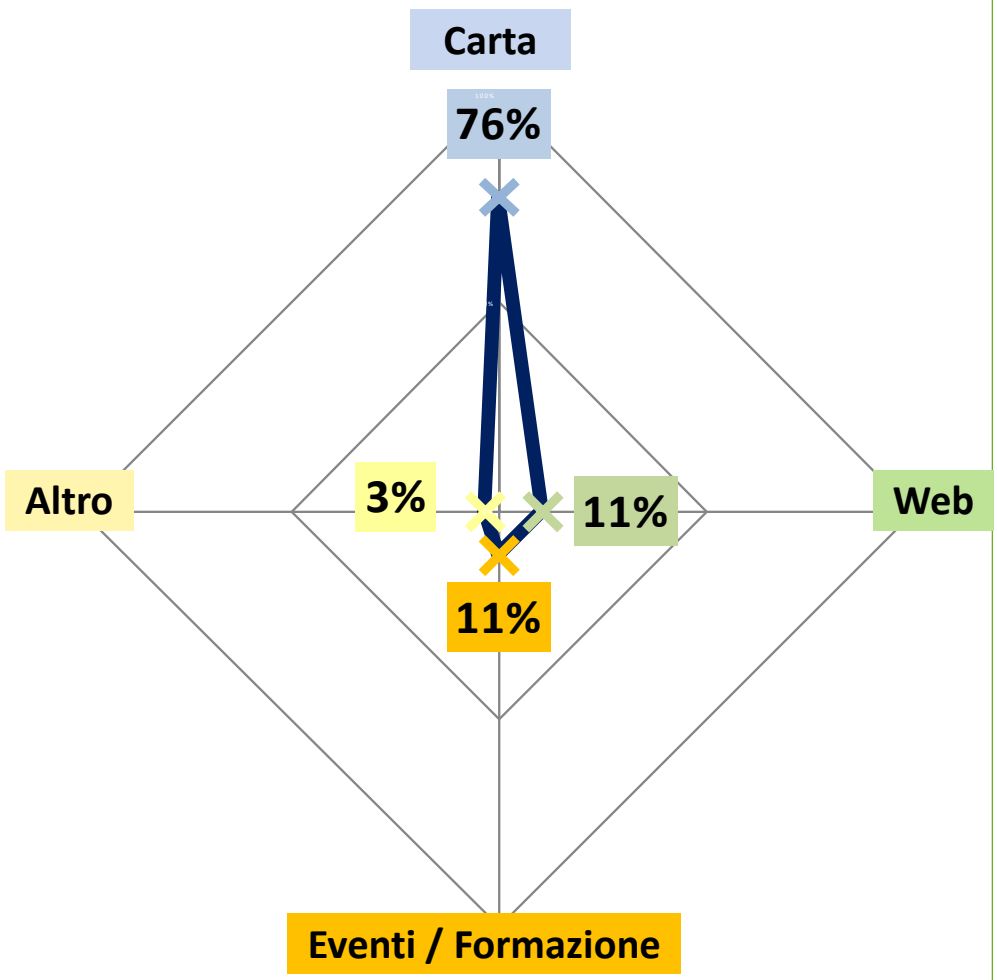
Metodologia: Interviste dirette 1to1+ invio indagine via e-mail

AREE INDAGINE	OGGI		3-5 ANNI
1. Composizione Ricavi e Trend	✓	→	✓
2. Il new media Internet	✓	→	✓
3. Social & New Device	✓	→	✓
4. Registrazione & Profiling	✓	→	✓
5. Organizzazione	✓	→	✓
6. Priorità e prospettive	✓	→	✓

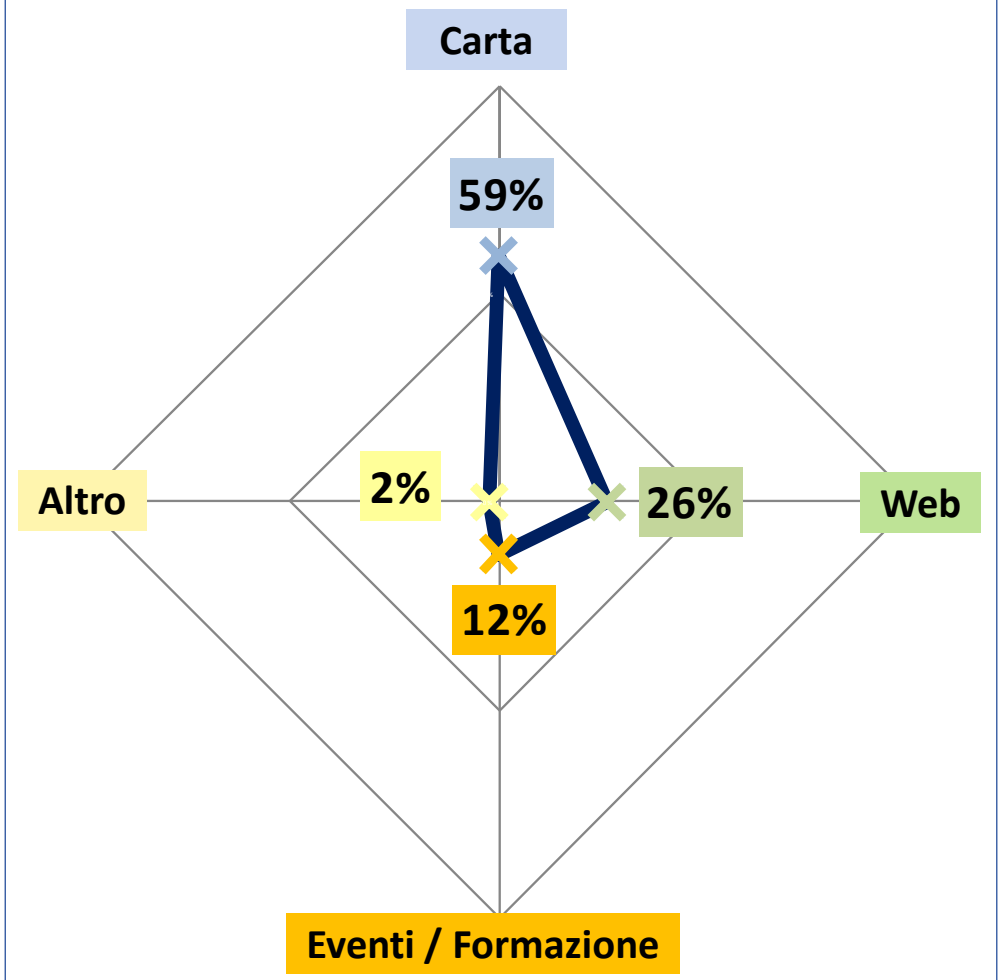
1. Composizione ricavi e trend

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

OGGI



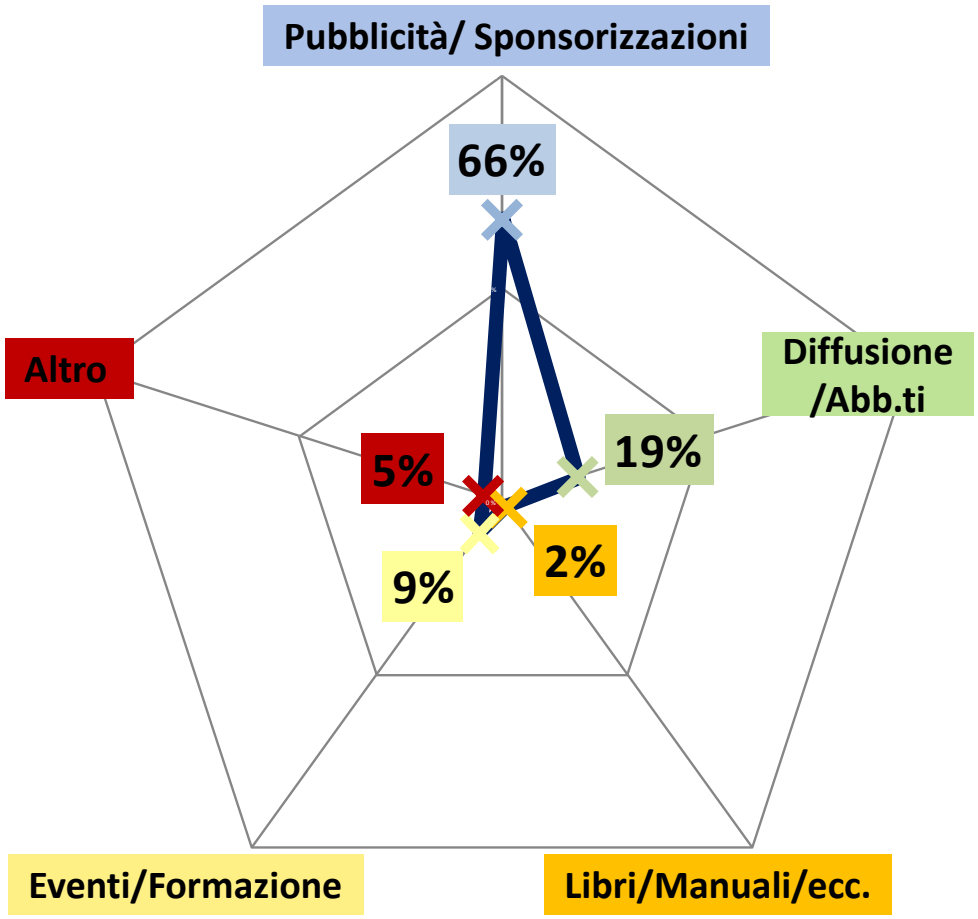
TRA 3-5 ANNI



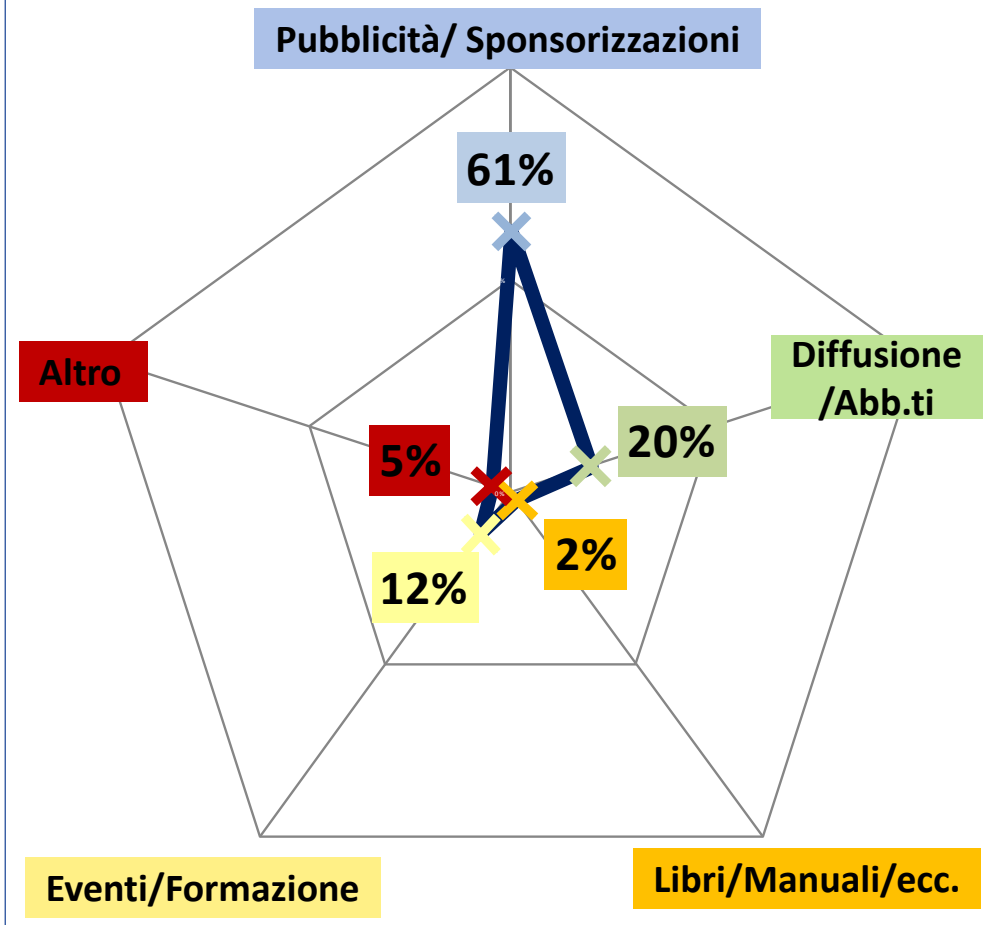
1. Composizione ricavi e trend

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

OGGI



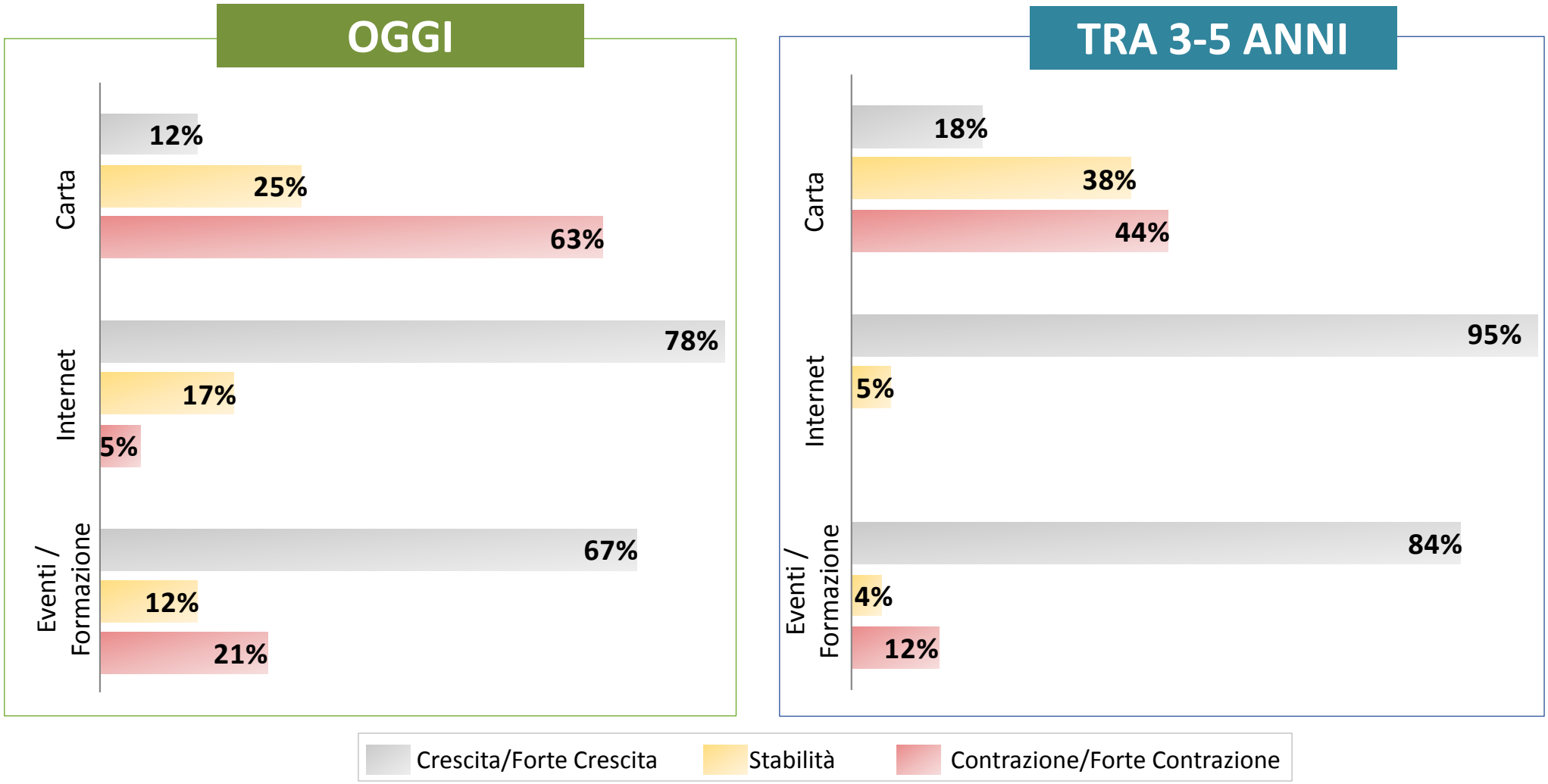
TRA 3-5 ANNI



Si crede nella crescita del web ma ancora legata agli introiti pubblicitari

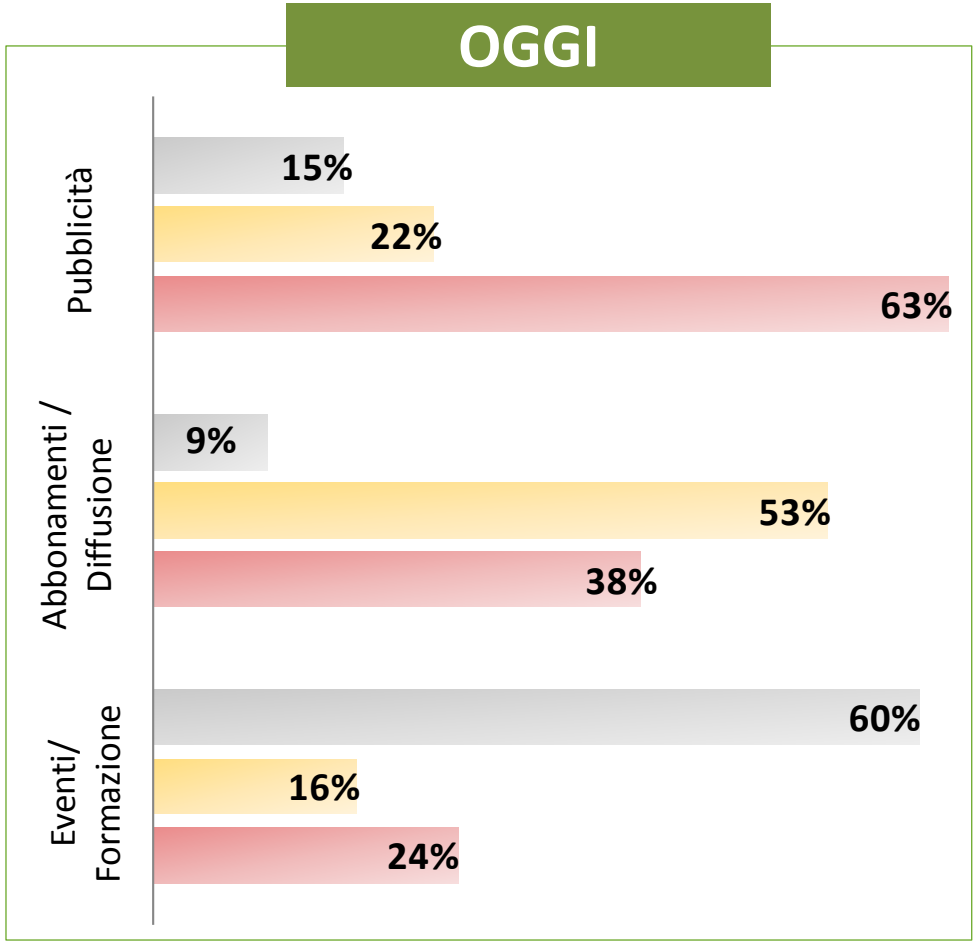
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

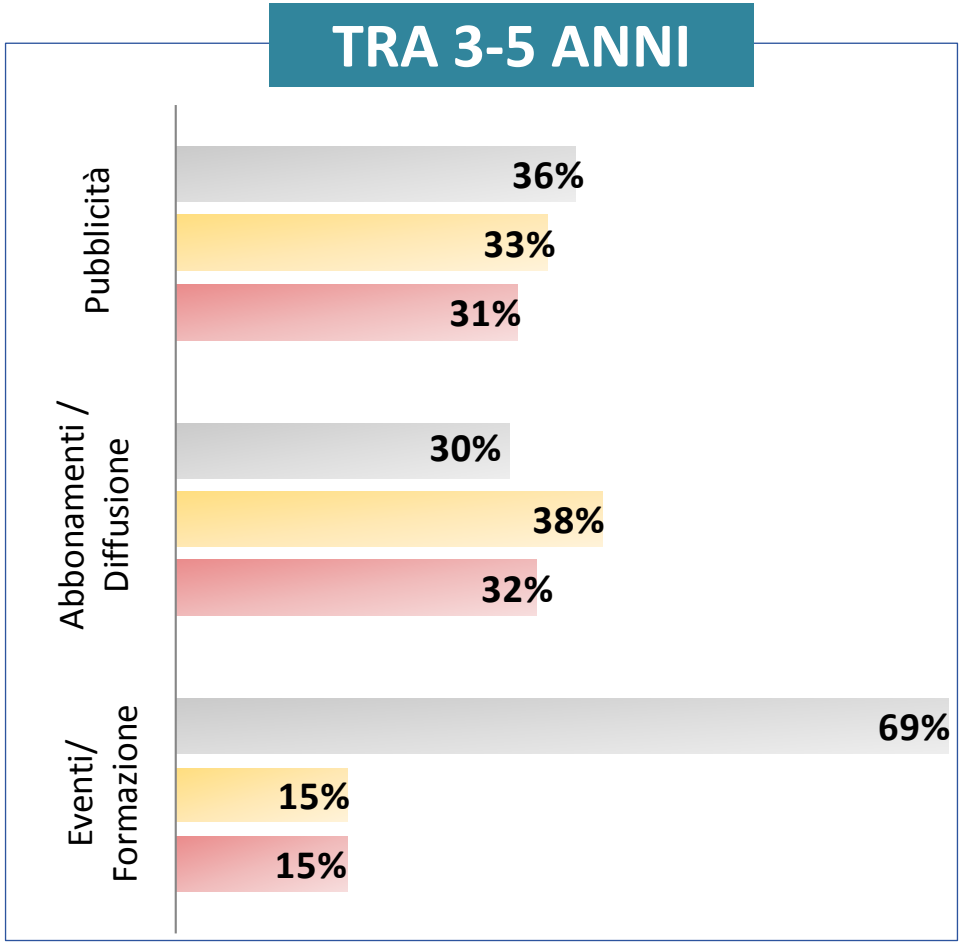
Quale il trend attuale e futuro dei ricavi per tipologia di prodotto?



ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quale il trend attuale e futuro dei ricavi per tipologia di fonte ?

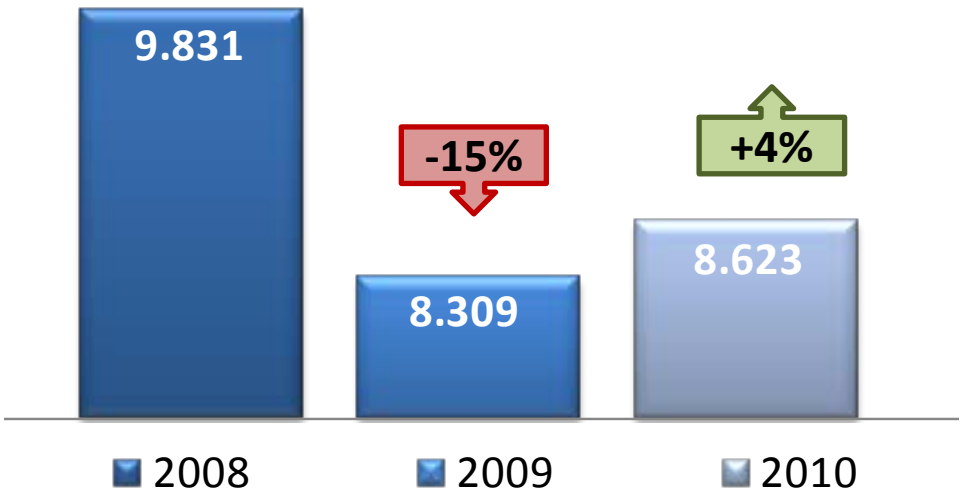




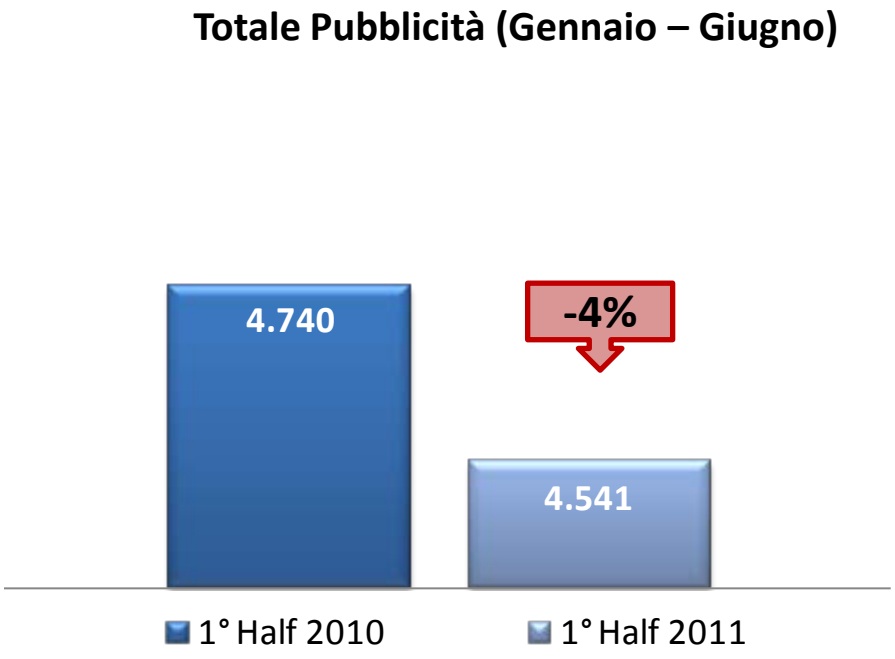
Crescita/Forte Crescita | Stabilità | Contrazione/Forte Contrazione

Cosa sta succedendo nel mercato ?

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA



Valori in milioni €

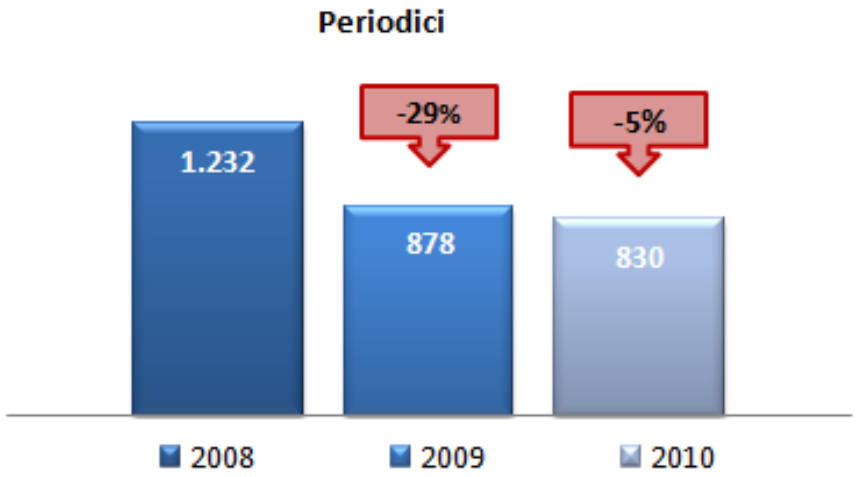


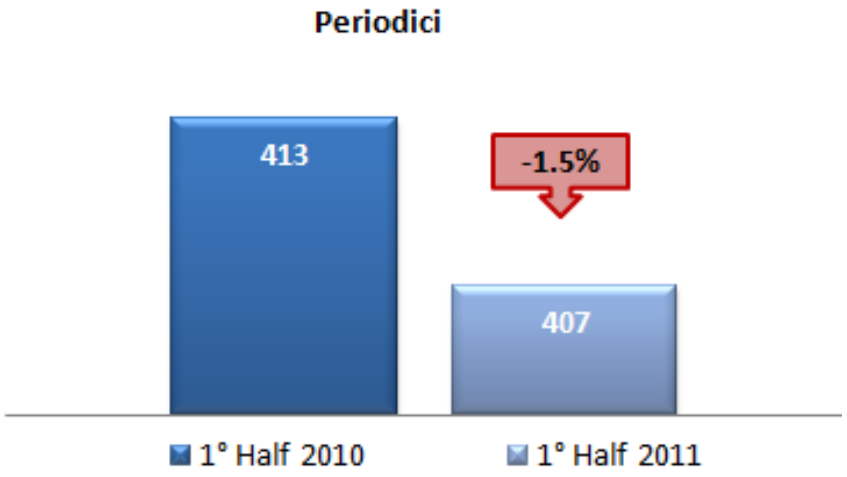
È in crisi il modello tradizionale della pubblicità

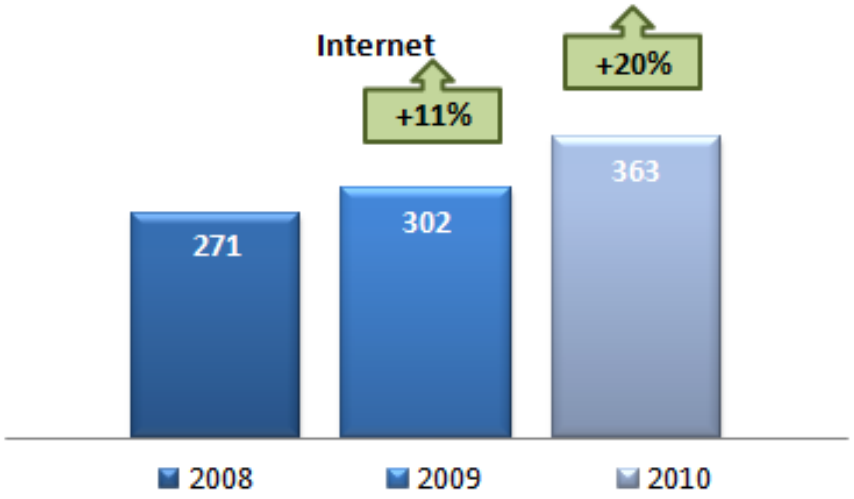
FONTE: Nielsen Research

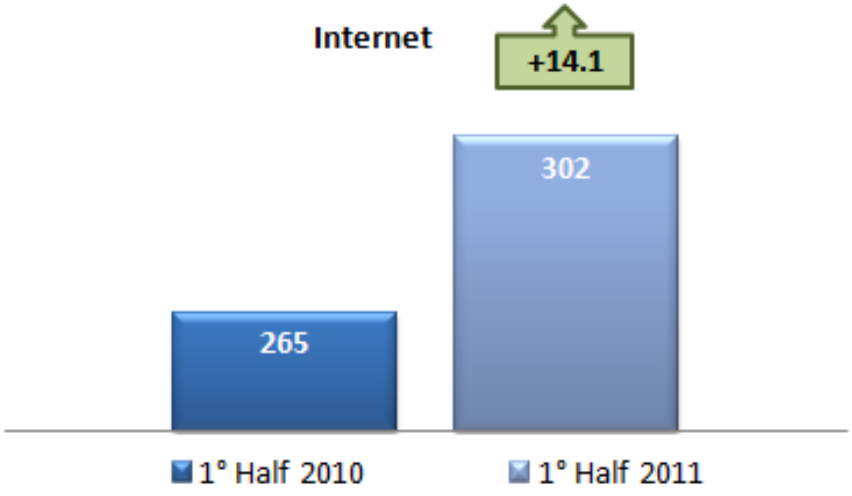
Cosa sta succedendo nel mercato ?

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA









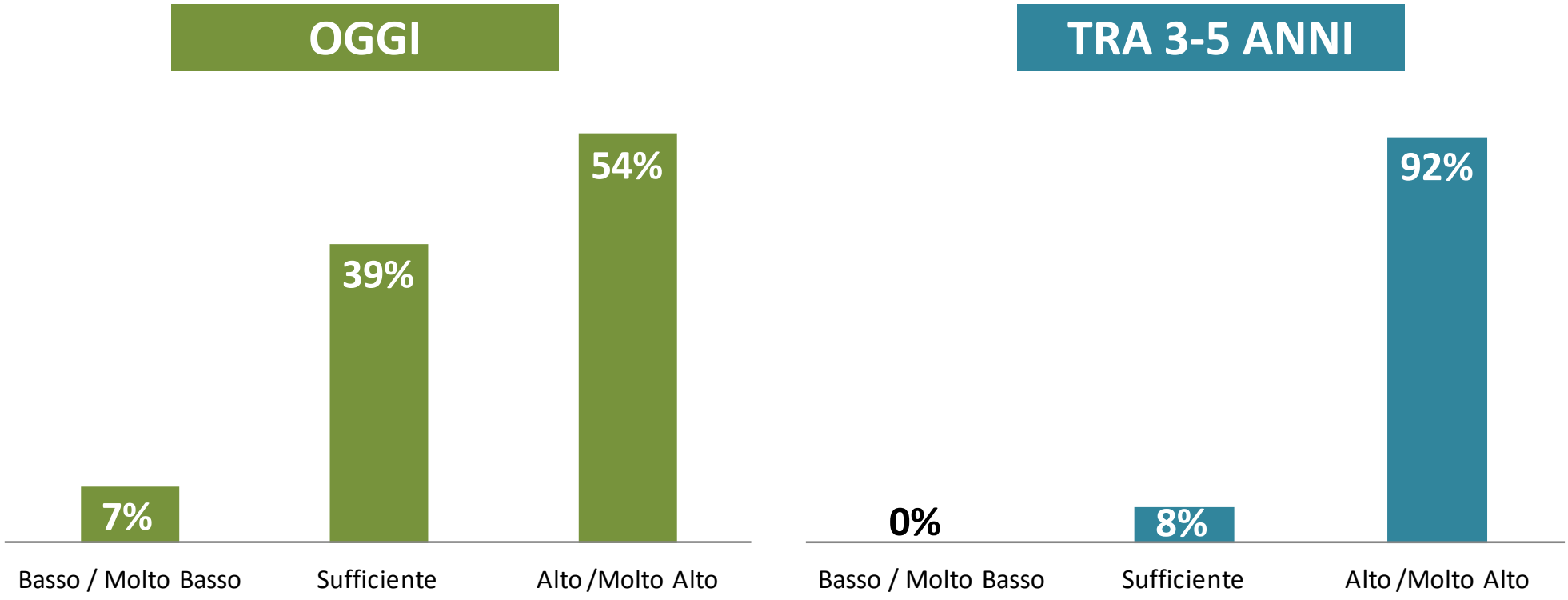
Non tutti i media però reagiscono allo stesso modo

FONTE: Nielsen Research

Valori in milioni €

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

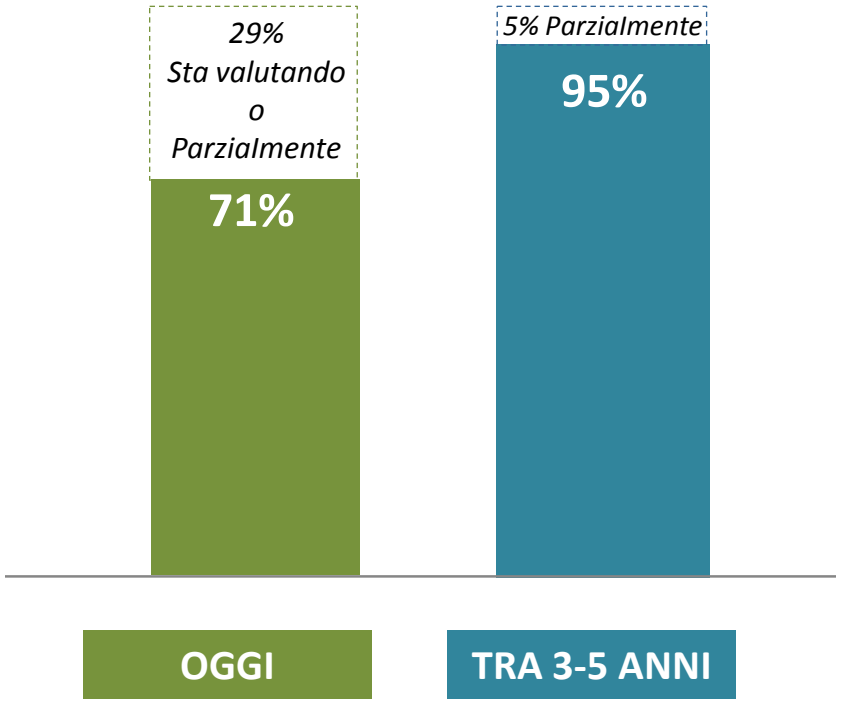
Quale il livello di conoscenza medio di internet all'interno dell'Azienda ?



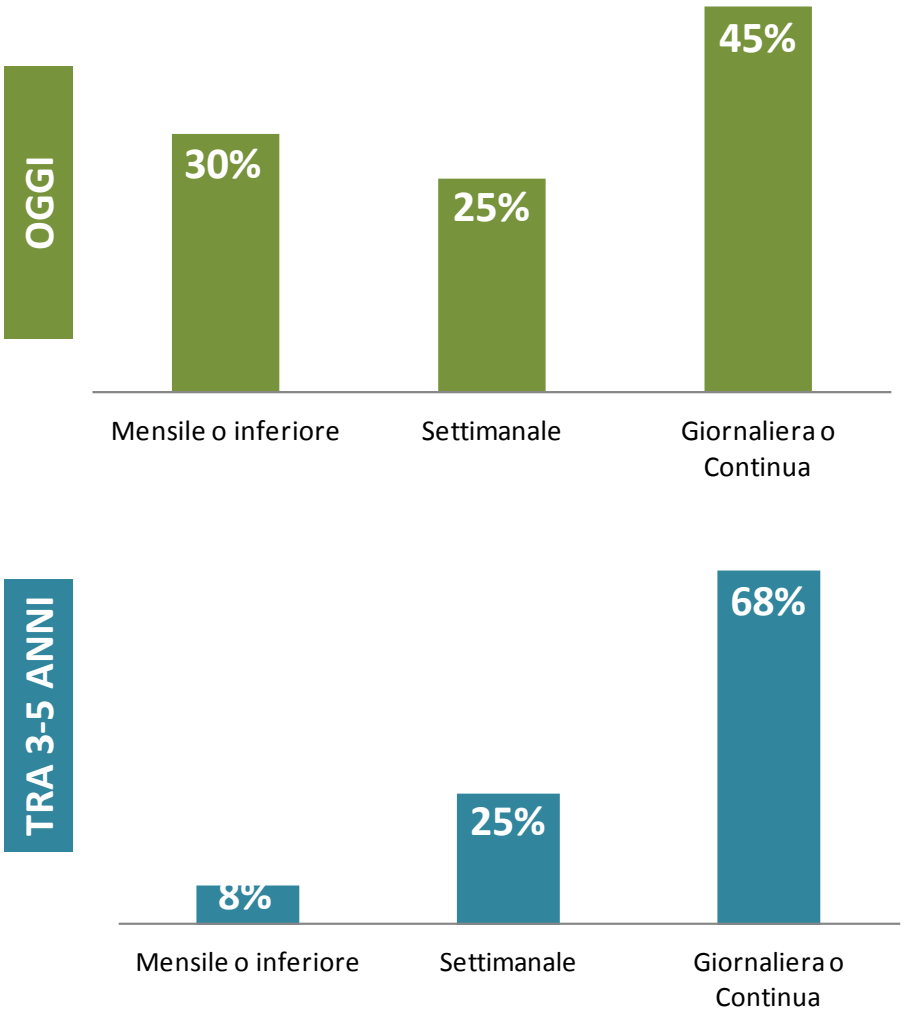
Ne siete proprio sicuri ?

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

L'Azienda ha sviluppato dei siti ?



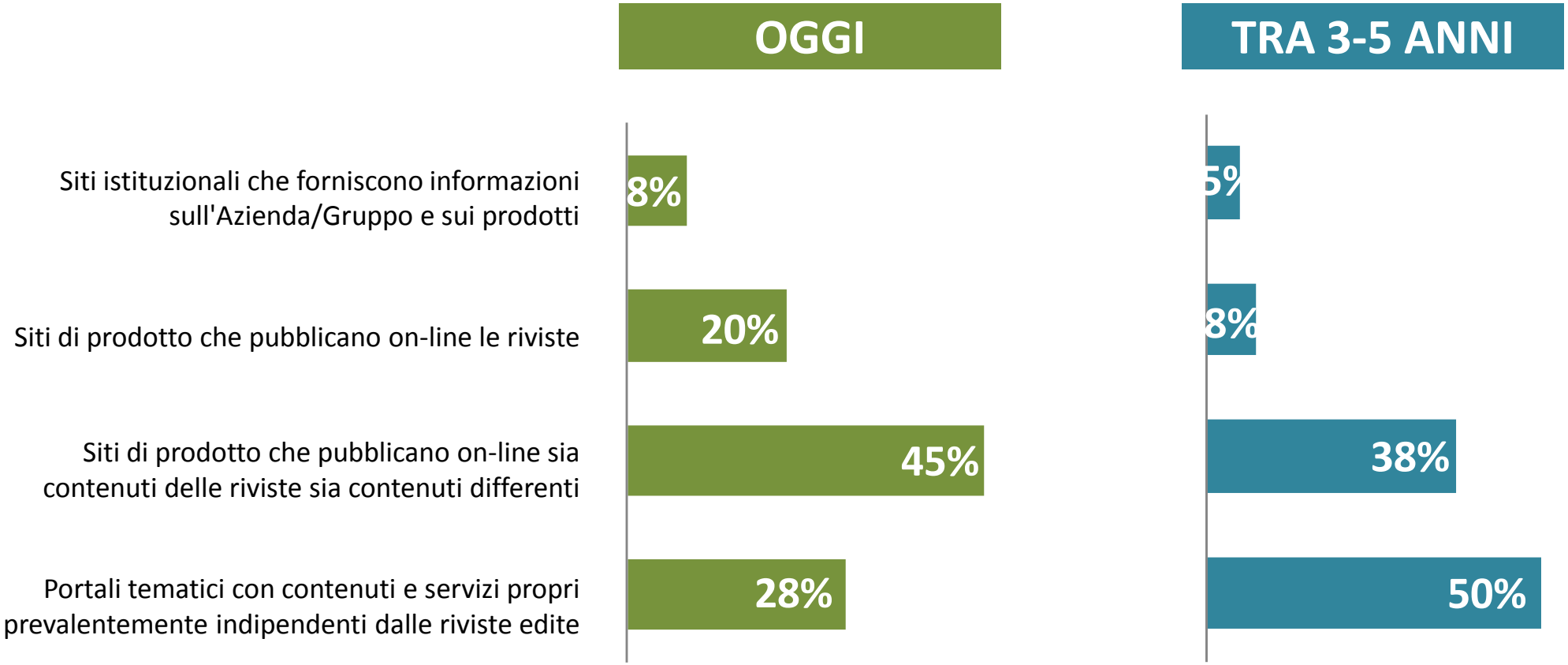
Quale è mediamente la frequenza con cui vengono aggiornati i siti ?



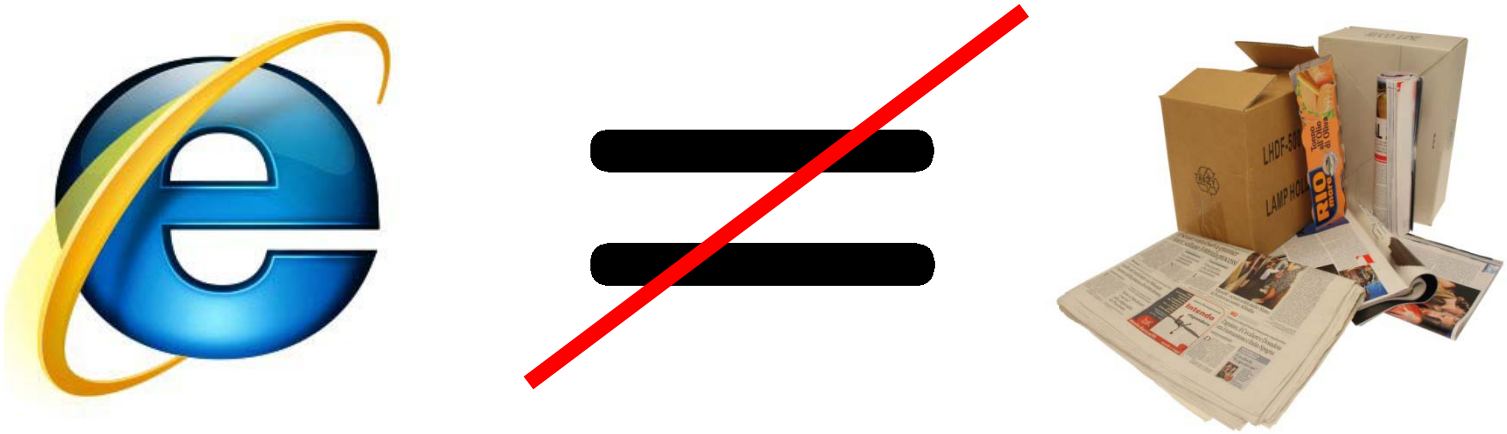
- *Emerge la consapevolezza di presidiare di più il web*
- *Ma non è sufficiente …*
- *… il web ha regole proprie diverse dalla carta*
- *O lo si presidia costantemente o è meglio non esserci*

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

A quale categoria appartengono il sito/i siti editi dalla sua Azienda ?



- Emerge ancora un forte legame del web con il prodotto “carta”
- Ma siamo sicuri che i **nostri lettori vogliano proprio la carta sul web** ?

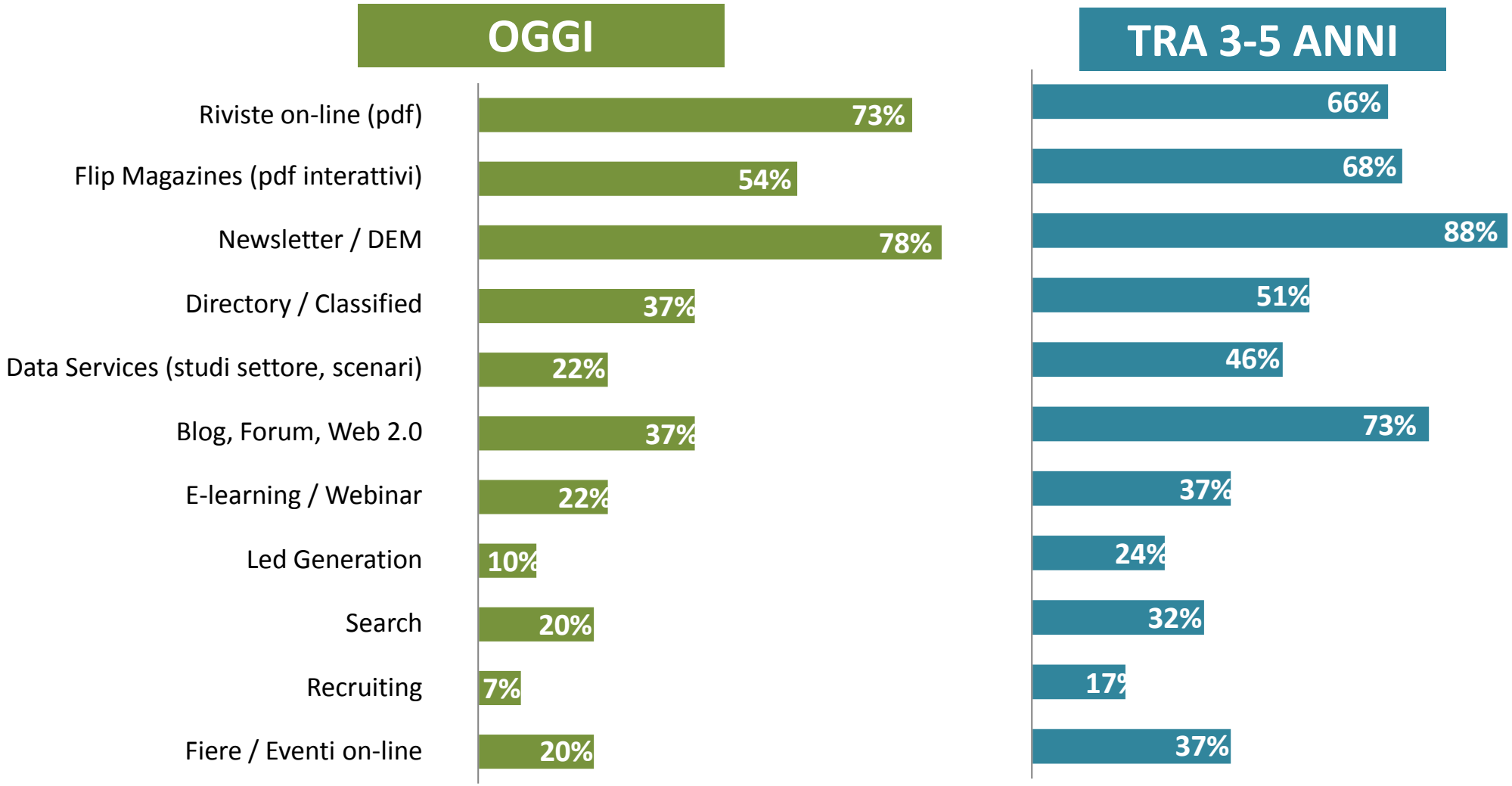


Internet è profondamente diverso, solo “liberandolo” dal cordone ombelicale con la carta è possibile coglierne appieno tutte le potenzialità

Tanti modi di accedere al web

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quali dei seguenti prodotti/servizi on-line la sua Azienda ha in portafoglio ?



Diamo uno sguardo ad un benchmark estero

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

VISA MasterCard PayPal JCB sofort eNETS POLi

WorldPay. WorldPay

Download our guide to trading globally >

SUBSCRIBE

RetailWeek

LATEST RETAIL NEWS, JOBS, ANALYSIS AND MARKET DATA

RetailDay

Highlights from the opening of Westfield Stratford City

SEARCH THE SITE... GO

HOME | SECTORS | CITY | TECHNOLOGY | PROPERTY | IN BUSINESS | MULTICHANNEL | CAREERS | STORES | DATA | JOBS | A-Z | SUBSCRIBE

HOT TOPICS: Westfield Stratford | Power List 2011 | Retail Week on the road | Retail Week Knowledge Bank | Retail Jobs | Comment | Subscribe

Sign in | Register

« Waitrose weekly sales up 10.7% »

LATEST NEWS

Kingfisher first half profits soar

15-Sep-2011 9:21 am

DIY giant Kingfisher group adjusted pretax profit soared 24% to £439m in the 26 weeks to July 30, with two thirds of profits coming from outside the UK.

Mackays beats tough conditions to post profits rise

15-Sep-2011 4:23 pm

RetailWeek KNOWLEDGE BANK

The database of UK retailers, available only to Retail Week subscribers, provides critical information to help you thrive in the business of multiple retailing.

Choose a sector...

Choose a retailer...

Find out more

NEWS BY RETAILER

Subscribe to Retail Week for more newsletters

Find out more

RetailWeek

John Lewis back on store

NEWSLETTER SIGN-UP

Register now for the following news alerts:

- Breaking News Alerts
- Careers and People
- Editor's choice
- Retail Week Knowledge Bank Light
- Multichannel

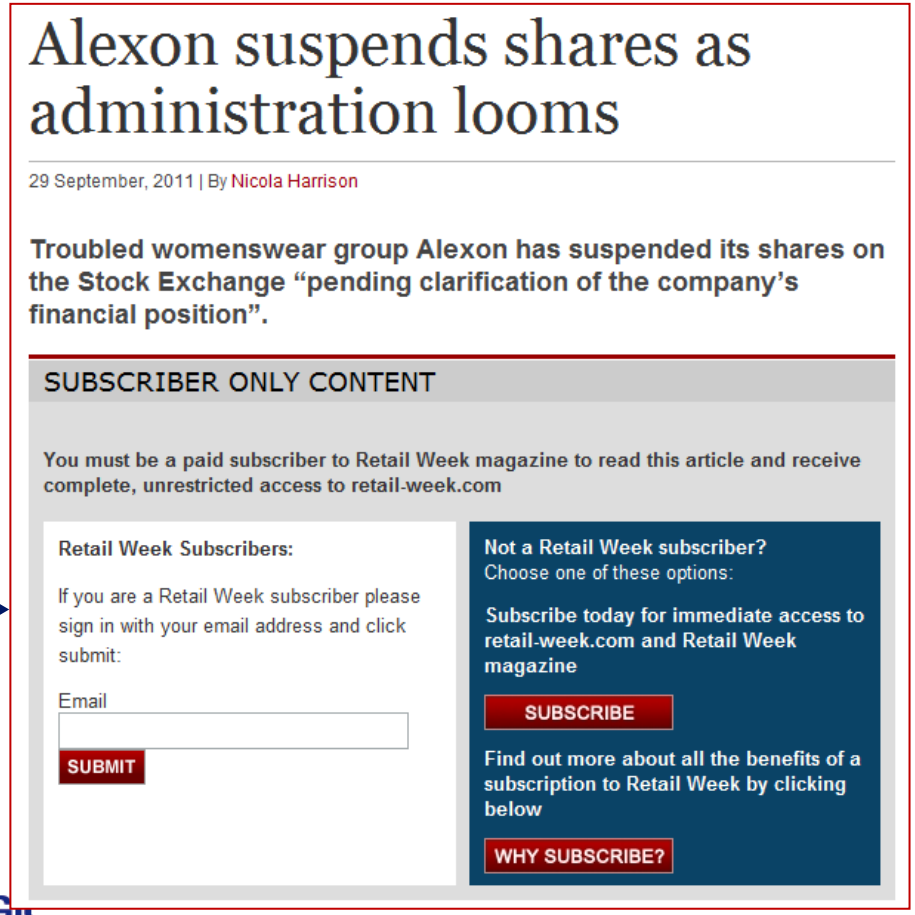
Enter email address SUBMIT

Quale modello di business adottano ?

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

ADVERTISING

PAY PER USE



Retail Week Subscription - Address Details

Magazine: **Retail Week**
Subscription Term: Choose a subscription...
Start Issue: Select a start issue...
This subscription is: For me / A gift

Leave checked if Delivery details are to be the same as Payer details

* Please complete all sections to ensure your subscription can be processed promptly. We ask for information about you/your company to ensure our products provide appropriate information for your business needs.

Payer Details:		Delivery Details:	
Title:	Mr	Title:	Mr
Forename:		Forename:	
Surname:		Surname:	
* Job Title:		* Job Title:	
Department:		Department:	
* Company:		* Company:	
VAT No.:		VAT No.:	
	Find Address (UK only)		Find Address (UK only)
Address:		Address:	
Town/City:		Town/City:	
County/State:		County/State:	
Post/Zipcode:		Post/Zipcode:	
Country:	United Kingdom	Country:	United Kingdom
Email:		Email:	
Confirm Email:			Continue
Tel. No:			
Mobile No:			
Fax:			

OFFERTA INTEGRATA E MULTIDEVICE CARTA + WEB

Cosa offrono in cambio ?

- ✓ Copia cartacea del settimanale
- ✓ Acceso a tutti i contenuti del portale
- ✓ News
- ✓ Accesso alle newsletter (11)
- ✓ Accesso alla knowledge bank
- ✓ Studi di mercato
- ✓ Analisi
- ✓ Supplementi di settore
- ✓ Campagne di marketing & comunicazione
- ✓ Jobs
- ✓ ....

E quanto costa ?

Select an offer

Subscription Term
- (●) Annual Direct Debit @ £299.00
- ( ) 1 Year - Credit Card Payment @ £299.00

Start Issue: 14 10 2011 (On sale approx. 14/10/2011)

Click here for Gift / Donor & Overseas Subscriptions

- **299 £ = 360 €**
- **…. il che significa 1 € al giorno**

"Sei disposto a spendere un caffè al giorno per qualcosa che ti serve nel tuo lavoro ?"

Io risponderei SI

RetailWeek

PRINT ADVERTISING OPPORTUNITIES

Display advertising: branding and response driven advertising positions available throughout the publication:

Ad Size	Price
Double Page Spread	£11,827
Full Page	£6,224
Half page	£3,385
Quarter page	£1,693

Strip advertisements: these are the first commercial spaces our readers come across. Prime strip placements are available in the front section of the magazine, primarily within the news pages.
Price: £1,092.

Advertorials: the most effective way to communicate a more detailed message. Advertorials deliver an average of **27%** higher brand awareness than display advertising[1].
Price: £8,091 per page.

[1]Source: Viacom brand solutions.

> **"We ran a sustained advertising campaign in Retail Week throughout the first part of this year to launch our deliver service, Predict. It has resulted in us achieving high awareness amongst the top 500 retailers and more importantly, new business from multichannel retailers and e-tailers."**
> Mandy Hamilton – Marketing Manager DPD

▲ Advertorial DPS ▲ Full page ad (bleed) ▲ Full page ad (type area) ▲ Display ad DPS (bleed) ▲ Half page ad ▲ Quarter page ad ▲ Horizontal strip ad

SOLUZIONI TRADIZIONALI

SOLUZIONI CREATIVE

RetailWeek

CREATIVE SOLUTIONS

Cover wrap: cover the whole magazine with four pages of advertising space to promote a campaign.
Price: £22,880

Bellyband: a high impact interactive creative which is wrapped around the belly of the magazine.
Price: £18,720

Bellyband leading to DPS: a high impact creative which is wrapped around the magazine and attached to a double page spread. The design of this means that readers have to interact with your creative in order to read the magazine.
Price: £27,040

Polybag: creative branding on the polybags which carry every issue of *Retail Week* to its readers.
Price: £7,800

Loose inserts: *Retail Week* can arrange for your own promotional material to be carried in the magazine. Loose inserts offer the freedom to promote your own message, unrestricted by page boundaries or type size, to the entire magazine circulation.

Grams	Cost per 000	Full Run – 8,500
1-10	£275	£2,340
11-20	£300	£2,548
21-30	£324	£2,756
31-40	£361	£3,068
40 grams plus	£POA	£POA

Bound-in inserts: your own marketing material can be bound into the magazine. Binding an insert means your advertising is seen by both the primary reader and the readers to whom they pass on the magazine.
£POA

▲ Bellyband leading to DPS (front) ▲ Bellyband leading to DPS (back) ▲ Cover wrap ▲ Bellyband attached to DPS

RetailWeek

ONLINE ADVERTISING OPPORTUNITIES

Run of site:

	Ad Position	Width in pixels	Height in pixels	CPM
Slot 1	Top Leaderboard	728	90	£45
Slot 2	Top MPU	336	280	£49
Slot 3	Skyscraper	160	600	£34
Slot 4	Bottom MPU	336	280	£24
Slot 5	Bottom Leaderboard	728	90	£22

Premium channel sponsorship: £3,750 per month (includes top/bottom leaderboards, top/bottom MPUs and Skyscrapers)

Sponsorship channels: City, Technology, Property, In Business, Multichannel and Stores

Landing pages/advertorials: £5,000 per month

Weekly newsletter sponsorship:

Daily (x5)	£2,500
Stores (Monday)	£750
Property (Tuesday)	£750
Technology (Wednesday)	£750
Fashion (Thursday)	£750
Food (Friday)	£750

Solus emails: (14,000 3rd party database) **£1,500 for first 1,000 emails** (£350 per additional '000 thereafter)

Webinars: from £15,000
Video content: from £4,000
Surveys/questionnaires: from £7,500
White paper/case studies: from £1,500

AMPIA OFFERTA

COMUNITA' B2B CONTENUTE

RetailWeek

RETAIL WEEK REACHES A PREMIUM AUDIENCE

Retail Week is the authoritative, voice for the retail industry, dedicated to providing unrivalled retail news, insight and intelligence.

Retail Week engages with its audience via:

- *Retail Week*, the biggest selling paid-for weekly retail magazine: average net circulation 7,785[1] (ABC Certified), readership 39,000[2]
- *Retail-week.com*, the fastest breaking news website: 110,000 unique users per month[3], 422,000 page impressions per month[3]
- *Retail Week Knowledge Bank:* a fully searchable database of the top 200 UK retail companies, providing unique details of financial performance, store numbers, margins, key personnel and analysis of company strategy.
- A number of high profile awards and events held throughout the year: *Retail Week Awards, Retail Week Technology Awards, Retail Week Rising Stars Awards, Retail Week Interiors Awards, Retail Week Supply Chain Awards, Roundtables and Power Lists*

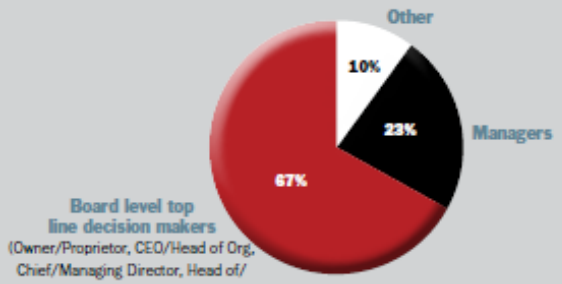
Retail Week subscribers receive the weekly magazine and complete access to *retail-week.com*

For a SENIOR level audience

- *Retail Week* is read by the top 500 UK retail companies[4]
- 67% of *Retail Week* subscribers are board level top line decision makers with purchasing power[5]
- 23% of *Retail Week* subscribers are Managers with purchasing power[5]
- 21% are responsible for an annual purchasing budget of over £1million[5]

Source: [1] ABC (Jul10–Jun11) [2] Publisher's Estimate [3] Webtrends (Jan–Jun11) [4] Reader Research Communications June 2008 [5] Retail Week Subscriber Survey, Emap Ltd 2010

Audience seniority[5]



> **" Retail Week does a brilliant job for our industry – authoritative and accessible, supportive but not afraid to challenge, ahead of the game on news and trends, a centre of excellence for retail thinking."**
>
> Mark Price
> Managing Director, Waitrose

RetailWeek → emap

Emap is a business-to-business multiplatform media group, whose brands inform, inspire and connect within the sectors they operate in. For millions of people across the globe involved in the built environment, retail, media, fashion, health, education, government and automotive sectors, Emap provides essential news, analysis and access.

Dati Bilancio 2010 divisione EMAP INFO

- **Revenues = 64 mln €**
- **EBITDA = 17 mln € (26.5%)**

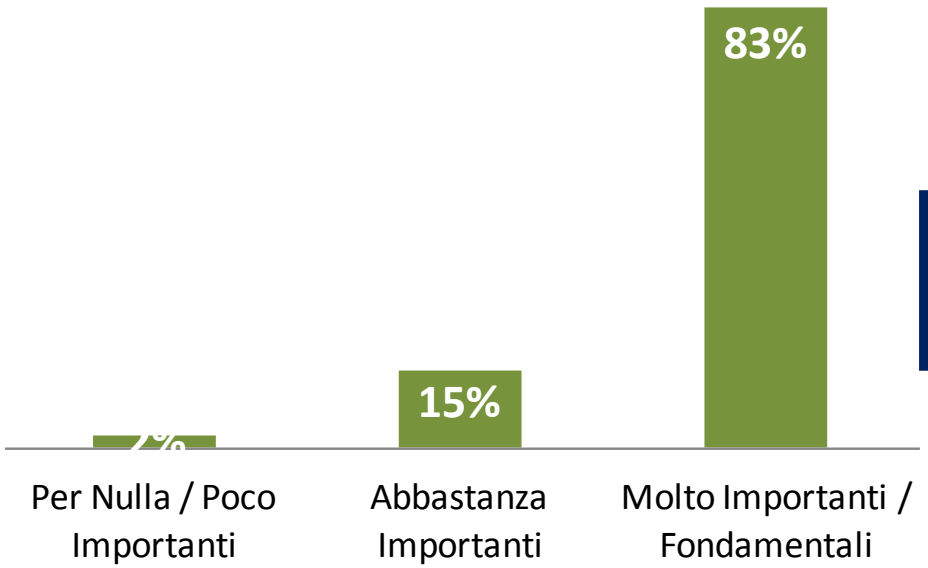
Dati Bilancio 2010 Gruppo EMAP

- **Revenues = 293 mln €**
- **EBITDA = 102 mln € (35%)**
- **EBIT = 77 mln € (26%)**

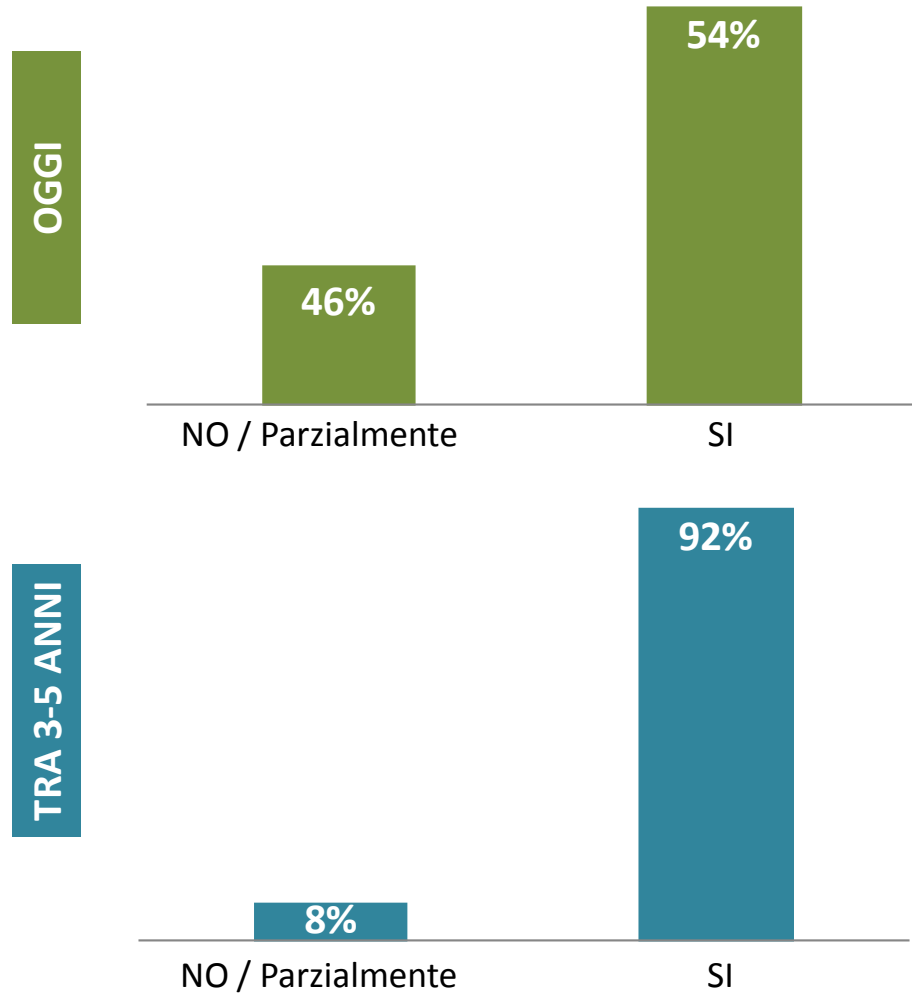
I CONTI TORNANO !

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quanto giudica importanti i motori di ricerca ?



I siti della sua Azienda sono ottimizzati per essere individuati dai motori di ricerca?



Ma siamo sicuri poi che i siti siano poi realmente ben ottimizzati ?

L'ottimizzazione dei siti: settore retail UK

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Web Immagini Video Maps Shopping Gmail Altro

Google

retail information

Ricerca avanzata

Cerca

Circa 369.000.000 risultati (0,45 secondi)

Tutto
Immagini
Maps
Video
Notizie
Shopping
Più contenuti

Cerca vicino a...
Località Imposta

Tutti i risultati
Ricerche correlate
Sequenza temporale
Più strumenti

Retail Industry - **Retail** Stores, Sales, Management, Marketing, Jobs ...
retailindustry.about.com/ - Traduci questa pagina
3 days ago – Get facts and research **information** about **retail** industry stores, sales, management, marketing, jobs, companies, trends, and analysis for the ...
Statistics & Sales Numbers - 2010 World's Largest Retailers - Retail Jobs & Careers

Retail news, **retail** jobs and **retail** market data | **Retail** Week
www.**retail**-week.com/ - Traduci questa pagina
3 days ago – The database of UK retailers, available only to **Retail** Week subscribers, provides critical **information** to help you thrive in the business of ...

Retail news, **retail** jobs, **information**, data, analysis, events, **retail** ...
www.the**retail**bulletin.com/ - Traduci questa pagina
The online **retail** news resource for retailers. Breaking news on **retail**, e-tail and multichannel **retail**.

National **Retail** Federation -
www.nrf.com/ - Traduci questa pagina
Industry **Information** · Public Policy · Press · myNRF · **Retail's** BIG Blog · About NRF Image: Spacer Contact Us Image: Spacer Membership Image: Spacer ...

Official London 2012 shops | **Retail information** | London 2012
www.london2012.com/.../**retail-information**/of... - Traduci questa pagina
... after 2012. Living near the Olympic Park Information for residents and local

Annunci

All Retailers in Europe
www.**retail**-index.com
> 4600 retailers in >35 countries
All rankings and retailer profiles.

1 Retail Industry

(MEDIA- NY TIMES COMPANY)

2 Retail week

(MEDIA, EMAP GROUP)

3 Retail Bulletin

(MEDIA, portale on-line)

L'ottimizzazione dei siti: settore retail ITA

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

+Tu Web Immagini Video Maps News Posta Altro

Google

informazioni retail

Ricerca avanzata

Cerca

Circa 3.530.000 risultati (0,19 secondi)

Tutto
Immagini
Maps
Video
Notizie
Shopping
Più contenuti

Milano
Cambia località

Nel Web
Pagine in italiano
Pagine da: Italia
Pagine straniere tradotte

Tutti i risultati
Siti con immagini

Retail & Manufacturing Summit 2011 - **Informazioni** generali | Online ...
www.cvent.com/.../**retail**.../event-summary- ... +1
Retail & Manufacturing Summit 2011. Online registration by Cvent.

→ **Summit di IDC**

GamersFirst Forums > **informazioni** riguardo **retail**
forums.gamersfirst.com › ... › Forum Italiano › Discussioni Generali +1
20 post - 10 autori - Ultimo post: 22 ago
Salve,volevo chiedere se dopo il famas ci saranno altri tipi di **retail**.Volevo chiedere anche perchè mettono le solite armi come **retail**\(famas ...

→ **Forum**

Informazioni su ... - **Informazioni** su | **Retail** | www.volvocars.com/it
www.volvocars.com/it/**retail**/Pages/about.aspx?dealerid=IT675 +1
Coupé. C30 · C70. Vendite & servizi. **Informazioni** su Volvo; |; Community · Concessionari; |; Usato Volvo Selekt; |; Configuratore Volvo; |; Accessori Originali ...

→ **Concessionario Volvo**

MGM.it | Richiesta **informazioni** | **retail** stores solutions
www.mgm.it/richiesta-**informazioni**.html +1
MGM.IT azienda leader dal 1970 nella consulenza e realizzazione di centri commerciali e negozi per elettronica dâ??intrattenimento, telefonia, computer, foto, ...

→ **Progettazione centri commerciali**

Informazioni Retail - Yakaz Lavoro
lavoro.yakaz.it/**informazioni-retail** +1
informazioni retail, Lavoro addetto vendita calzature E accessori, Marcianise .. .addetto/A vendite calzature/accessori Il suo..., **informazioni retail**.

→ **Recruiting**

Cosa è emerso da questo rapido test con Google

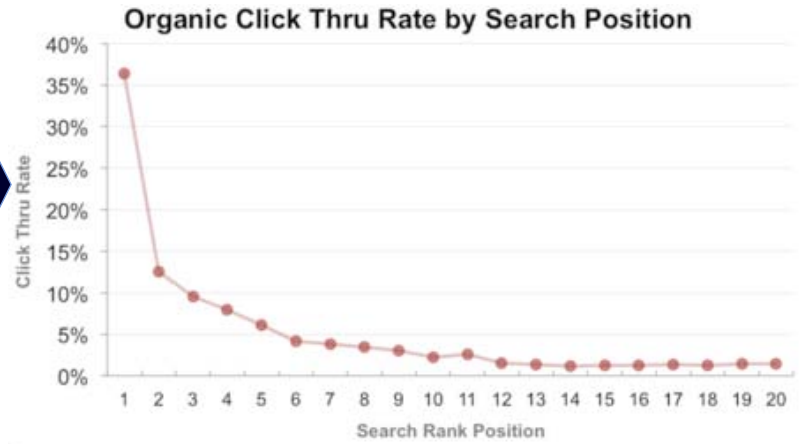
Keyword	*RETAIL INFORMATION*	*INFORMAZIONI RETAIL*
Results	**3 editori nelle prime 3 posizioni di Google search**	**Nessun editore nelle prime 5 posizioni di Google search**
Pay Ads.	1 Ads Google	Nessuna inserzione a pagamento (ads Google)

Ma in Italia nel retail non ci sono molti editori → ANES

Commercio Distribuzione

21 testate, 14 editori

Ma in fondo essere presenti su Google non è così importante →



Oltre il 90% dei navigatori usa i motori di ricerca per trovare prodotti/servizi

Le prime 3 posizioni dei risultati ricevono il 58,4% di tutti i click degli utenti

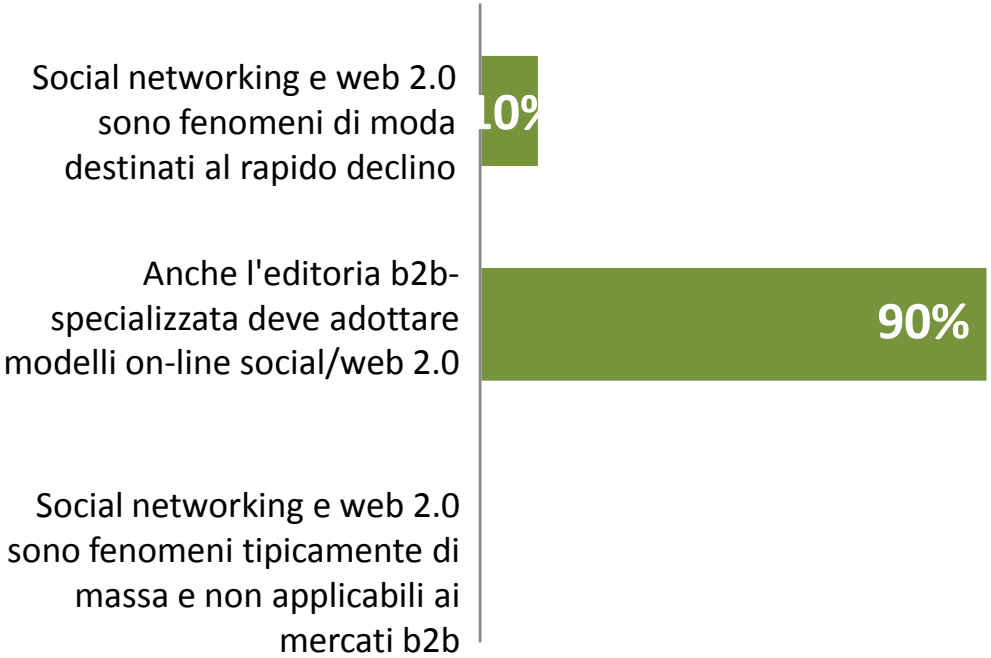
Ma il modello USA/UK è comunque diverso dalla realtà italiana →

Forse è vero

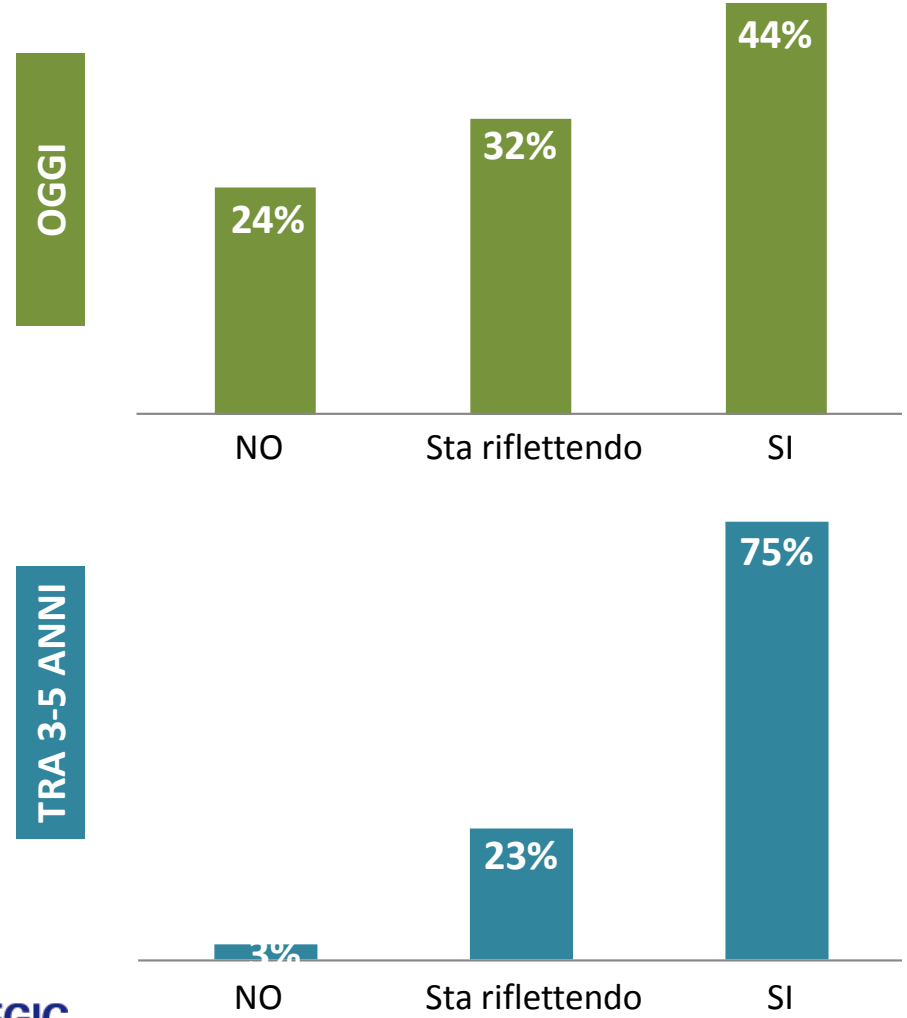
Ma ancora per quanto .....?

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Come giudica il fenomeno social network /web 2.0 per l'editoria b2b/specializzata ?



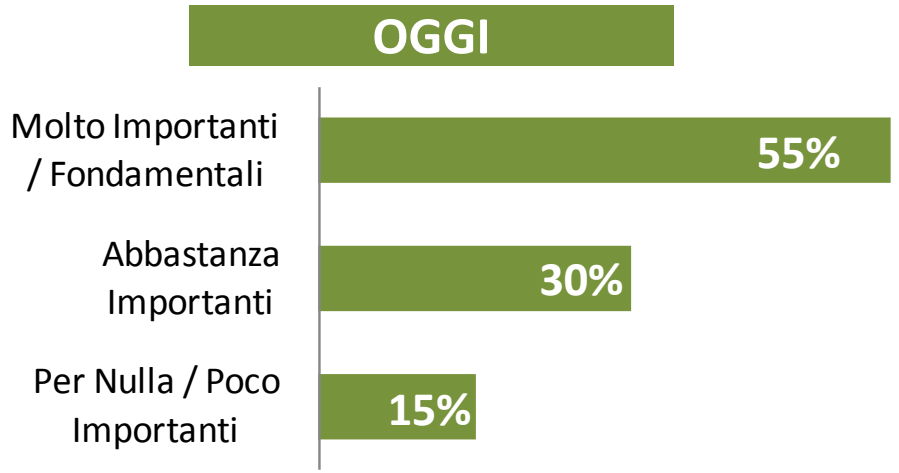
La sua Azienda/Gruppo ha avviato progetti di social networking/web 2.0 ?

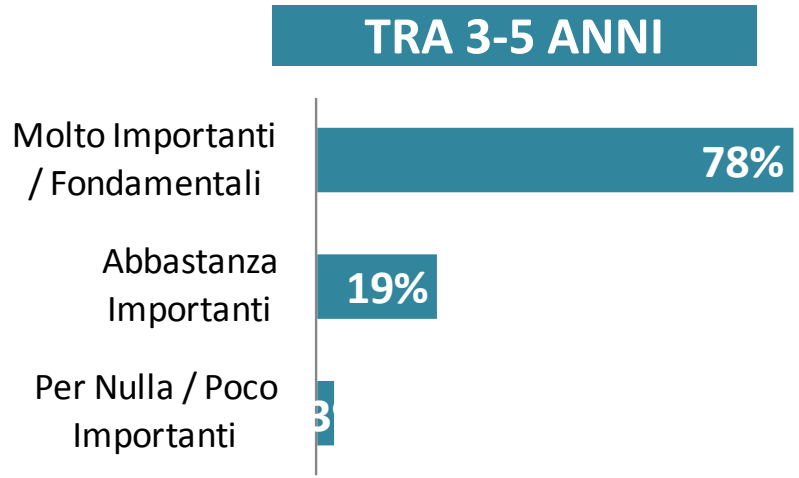


Social non è solo facebook twitter LinkedIn

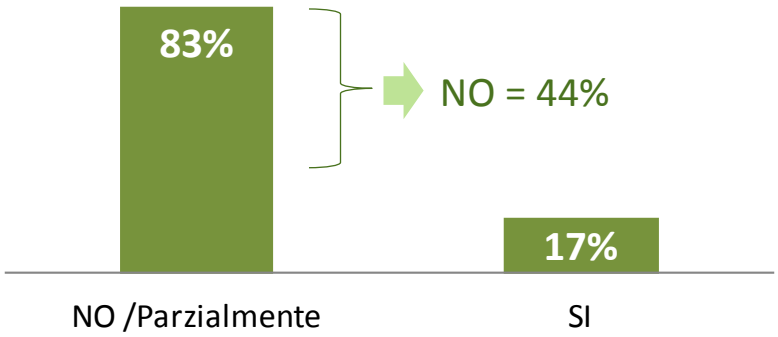
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

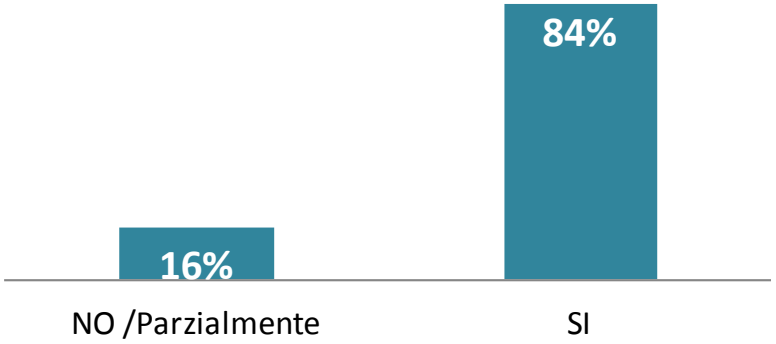
Come giudica l'avvento dei nuovi device per l'editoria b2b-specializzata ?





I siti della sua Azienda/Gruppo sono ottimizzati per i vari device ?

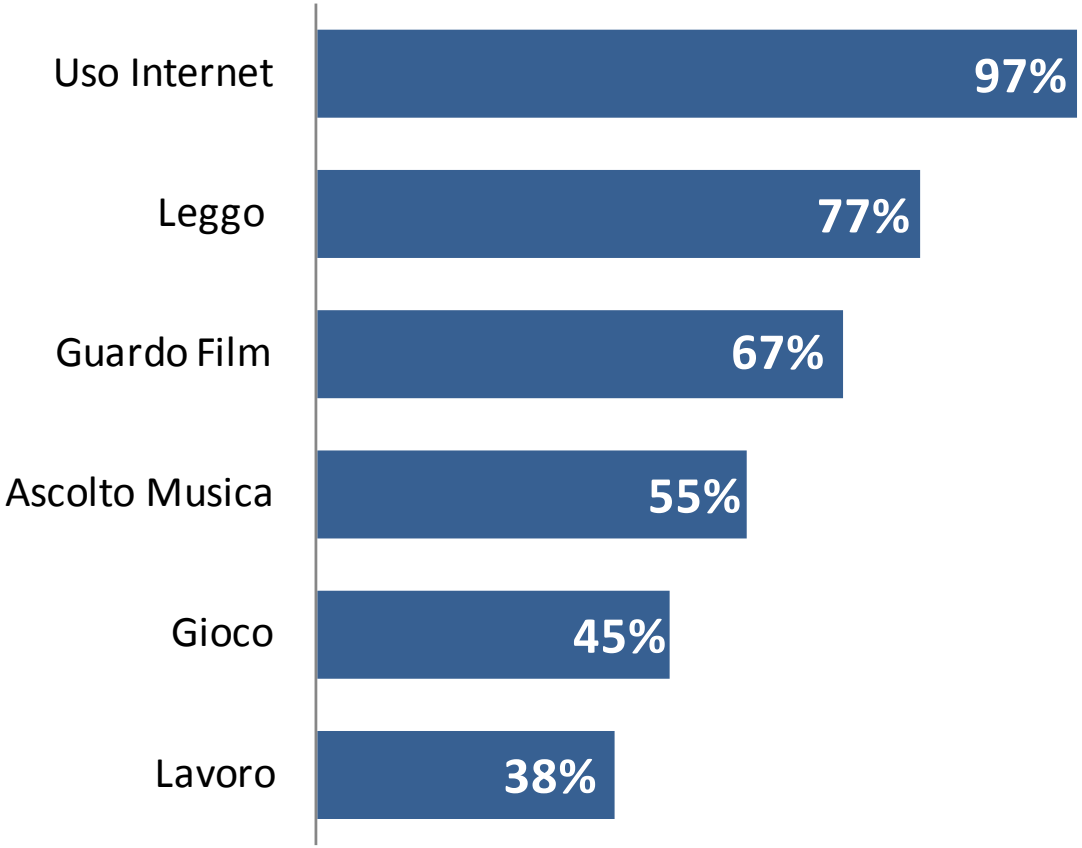




Una recente indagine sul mercato italiano

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Con il Tablet …



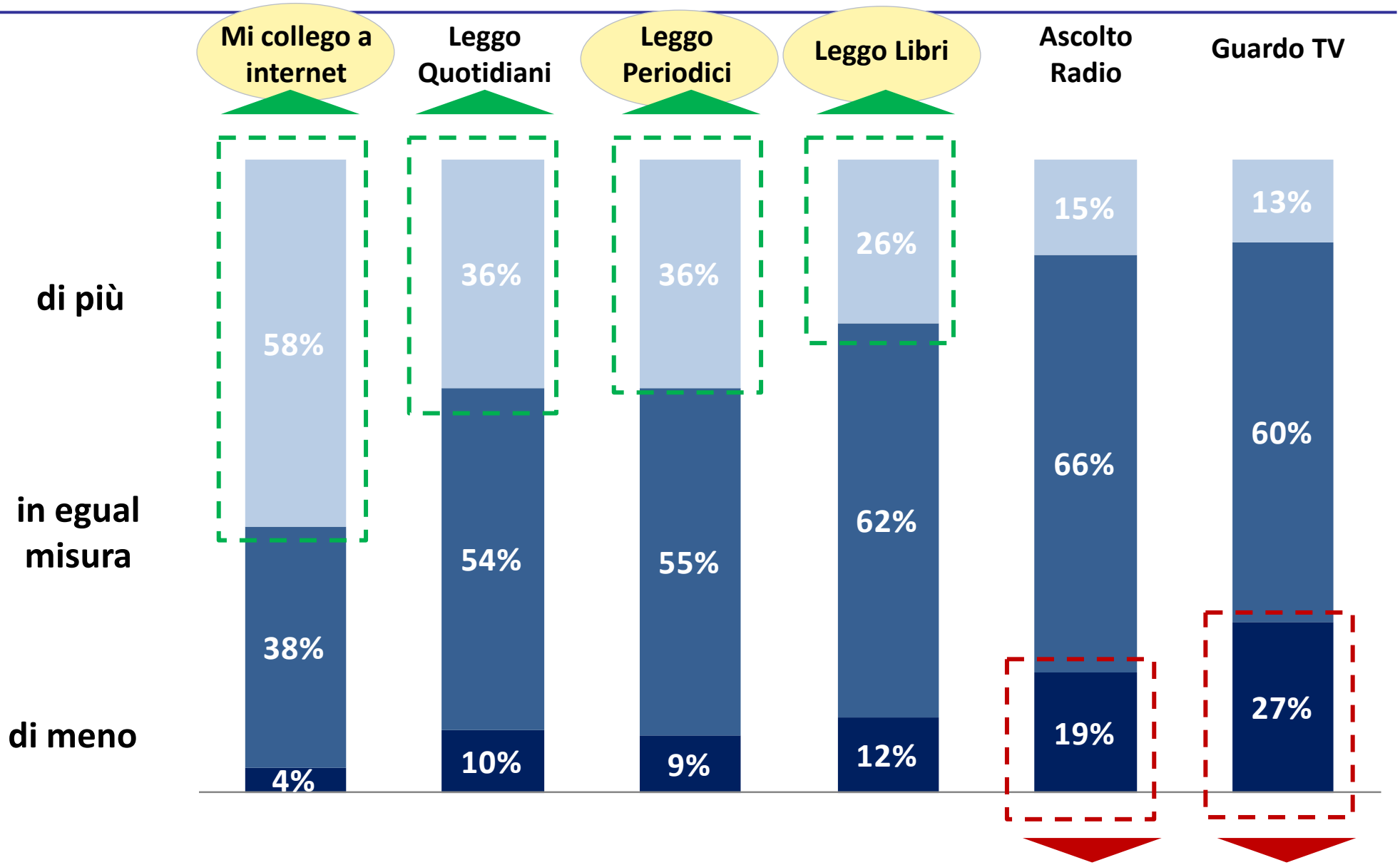
Chi ha un tablet ha ….

Ricerca Doxa commissionata da Intel e Fujitsu (Ott 2011)

2/3 degli attuali NON possessori di un tablet negli ultimi 3/6 mesi ne ha preso in seria considerazione l'acquisto

Una recente indagine sul mercato italiano

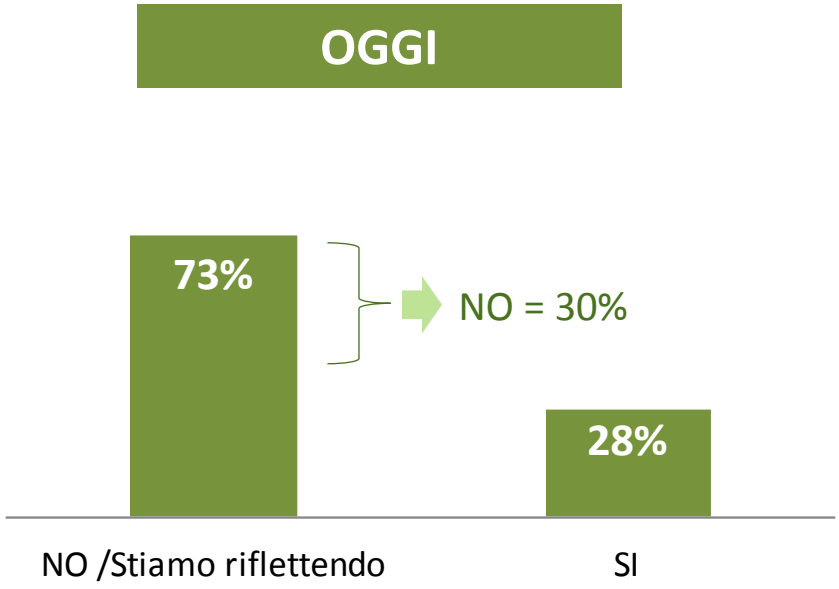
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

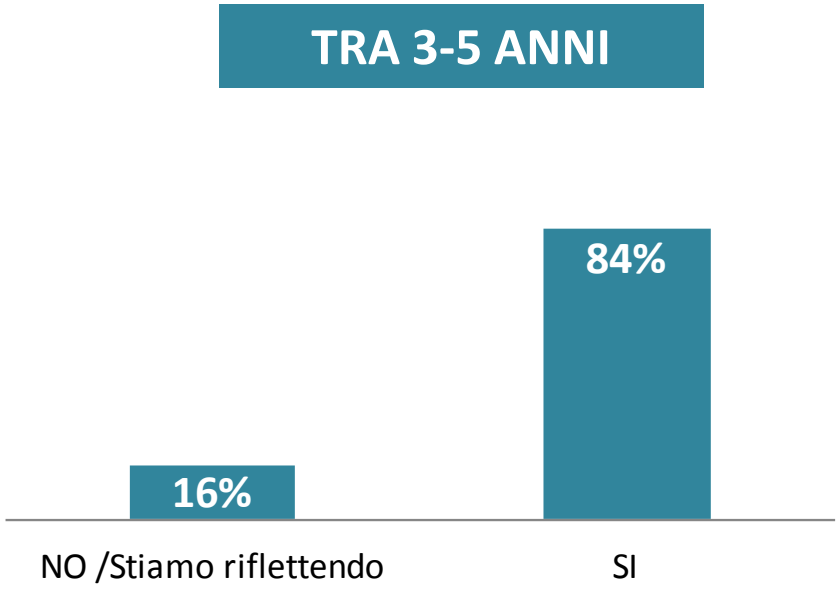


Ricerca Doxa commissionata da Intel e Fujitsu (Ott 2011)

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

L' Azienda ha sviluppato dei prodotti/servizi ad hoc per i vari device ?





- I vari device **non saranno solo importanti domani**
- **Lo sono già oggi**
- **Ogni device** ha però le sue specifiche e **necessita di prodotti/servizi ad hoc**
- Occorre **progettare e ottimizzare contenuti, prodotti e servizi in un'ottica multi device**

Prodotti/Servizi ad hoc per i vari device

Week= 0,99 $

Year = 32,99 $

Il "Daily" è stato il primo quotidiano non venduto nelle edicole e progettato per tablet come iPad. A nove mesi dal lancio ha raggiunto 80mila abbonati. Lanciato il 2 febbraio 2011 Non ha ancora raggiunto, però, il 20% del traguardo: arrivare a mezzo milione di abbonati. È la soglia in grado di garantire la sostenibilità economica per un progetto finanziato con 30 mln $

Wired, rivista già all'avanguardia ed innovativa nel format tradizionale cartaceo, ha recentemente lanciato la versione per IPad rivoluzionando completamente il modello cartaceo e combinando i contenuti del sito con quelli del magazine, più immagini, video e audio

Prodotti/Servizi ad hoc per i vari device

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

iPhone

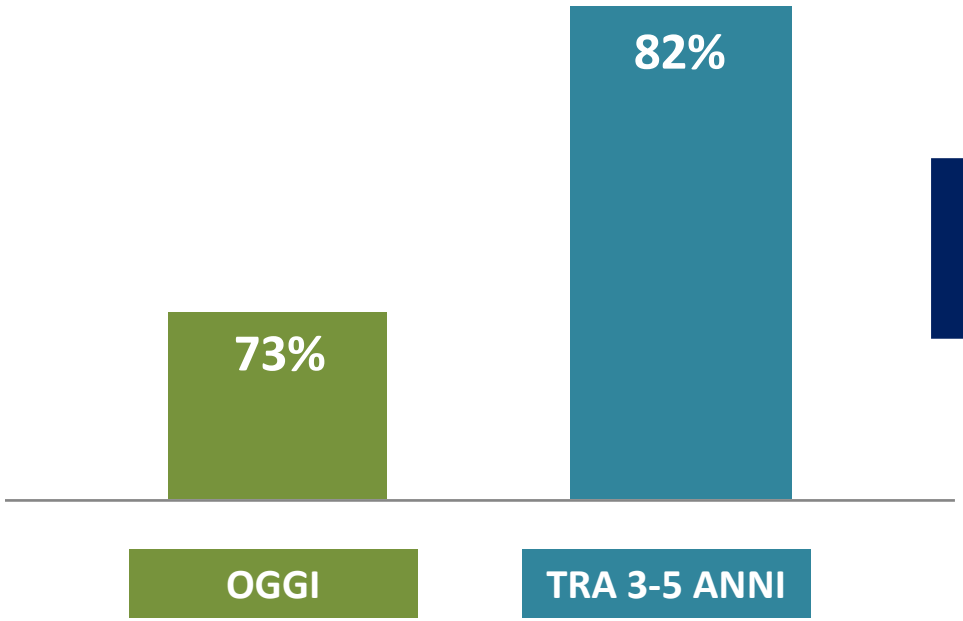
iPad

L'utente associa un costo all'uso del device

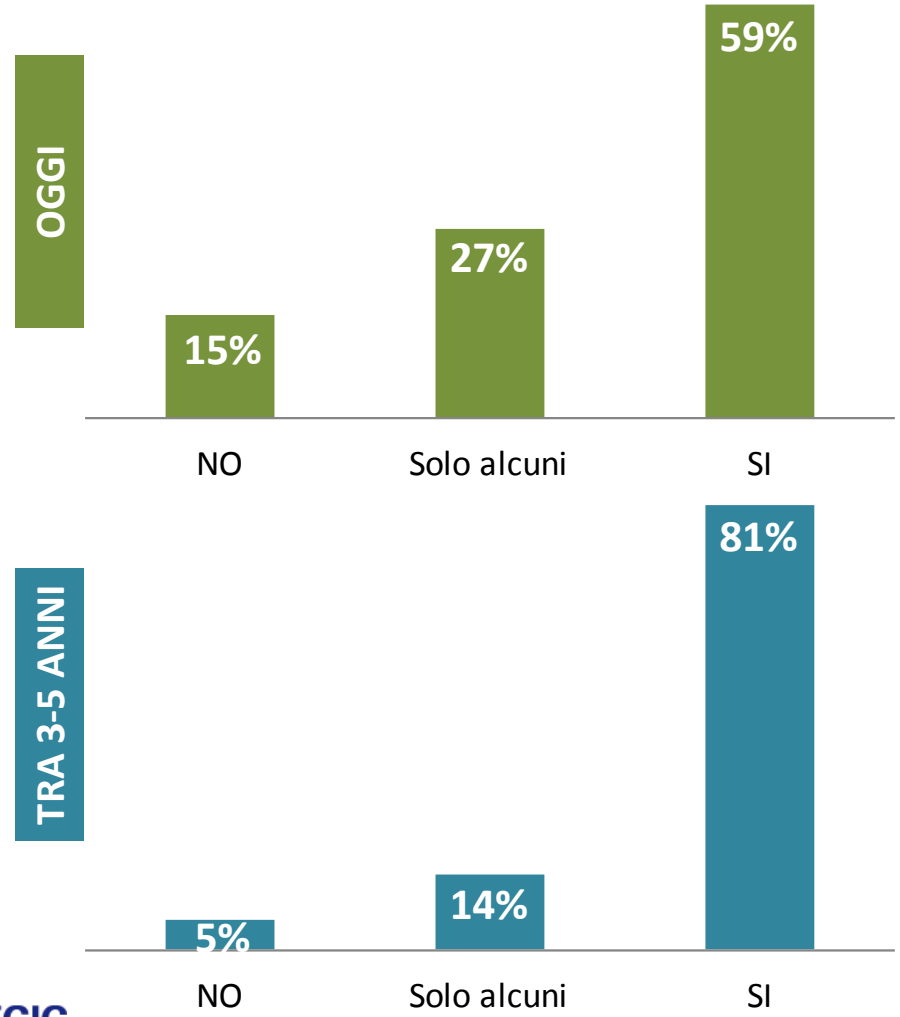
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quanto giudica importante far registrare gli utenti che accedono ai siti?

Risposte: Molto Importante /Fondamentale

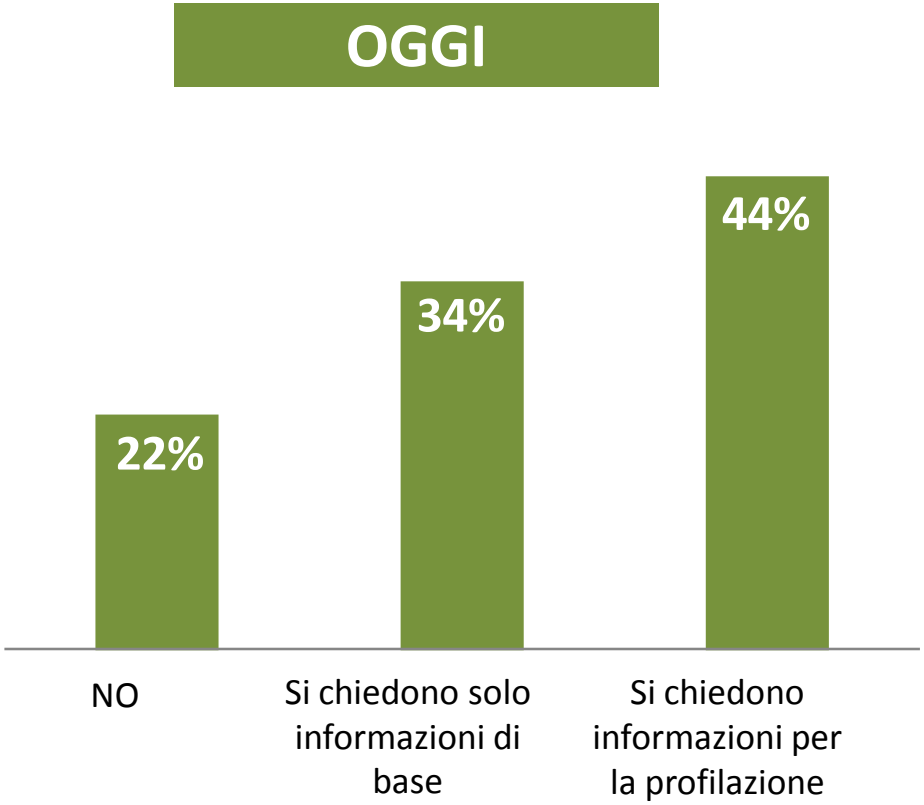


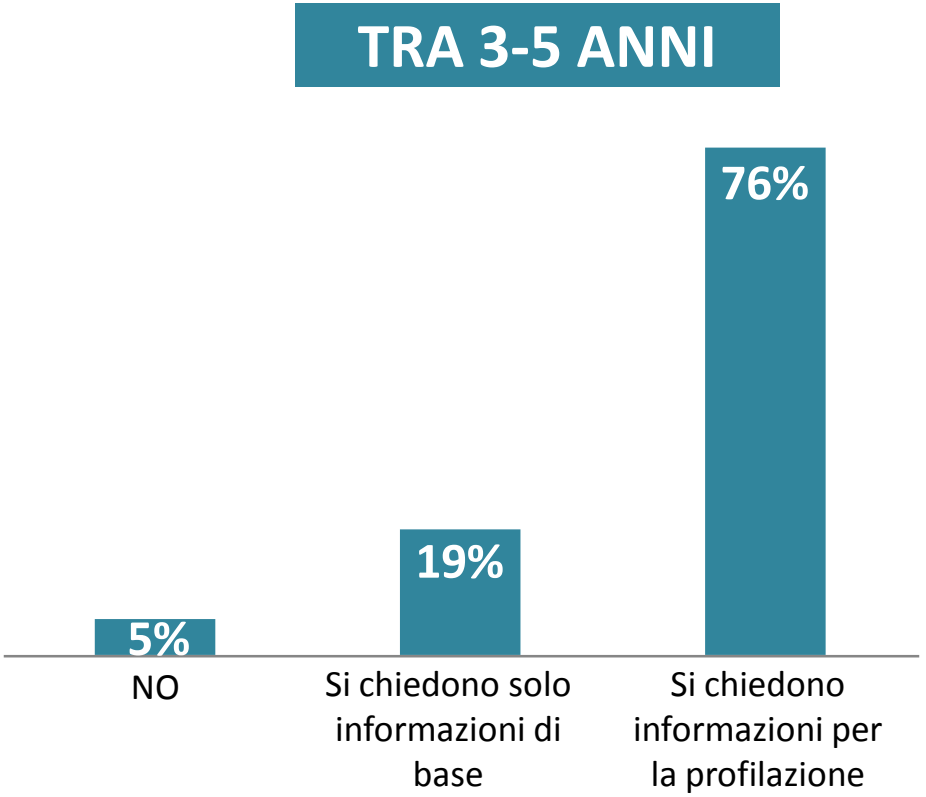
I siti editi dall'Azienda/Gruppo sono dotati di maschere di registrazione?



ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

L'Azienda cerca di profilare i propri utenti internet attraverso la registrazione ?





L'importanza dei contenuti

- Obbligare l'utente alla registrazione e/o chiedere troppe informazioni in sede di registrazione spaventa l'utente e stimola l'abbandono del sito
- **E' vero**
- **Ma solo se l'utente NON è interessato ai CONTENUTI**
- Se fornisco contenuti a valore allora posso pretendere qualcosa in cambio dall'utente

⇨ Se fornisco contenuti a valore

⇨ Posso chiedere delle informazioni all'utente

⇨ Posso profilare gli utenti

⇨ Posso segmentare il target

⇨ Posso definire un'offerta differenziata/personalizzata

L'accesso ai contenuti del FT.com

One euro. Not a cent more.

FT.com unlocked
4 weeks complete and unrestricted access for just €1

ft.com/frontpage Europe All times are London time

Sign in Site tour Register Subscribe

FINANCIAL TIMES

News Quotes Search

Mercurial genius
Steve Jobs and his impact on the world

Alan Gree
Europe's w
the north-s

Home World Companies Markets Global Economy

Video Interactive Blogs Alphaville beyondbrics Portfolio Special Reports In depth

Highlights • Short View • Gary Silverman • Special Reports: Innovative Lawyers • Wo

From GLOBAL ECONOMY 2:35pm

ECB boosts liquidity and holds rates

Bank unveils €40bn programme to bu
covered bonds

• Live blog Eurozone crisis • Money Supply Trichet takes a b
• Howard Davies Time for plain-speaking to Europe's voters

From GLOBAL ECONOMY 7:07pm

China labour costs push jobs back to US

Study suggests 're-shoring' will lead to 3m new positions

• Products proud to be 'made in America' • US industrials prepare for risk of double dip

From COMPANIES 4:29pm

Belgium prepares to nationalise Dexia

Political agreement sought on breaking up
troubled lender

• Lex European stress tests • In depth European banks
• Banks face new European stress tests • Dexia poses setback for EBA stress tests

FT.companies

FT.com unlocked
4 weeks complete and unrestricted access for just €1

ft.com > globaleconomy >

Sign in Site tour Register Subscribe

EU Economy

News Quotes Search

Home World Companies Markets Global Economy Lex Comment Management Life & Arts

UK Economy US Economy Tools

Last updated: October 6,

ECB boos

By Ralph Atkins in Ber

FT.com articles are only available to registered users and subscribers. close

Register FREE now for increased access

It's quick, easy and you'll be able to read up to 10 articles per 30 days. Plus you can use these tools:

- News by Email
- Portfolio
- Company financials

REGISTER FOR FREE

Already registered?

Click here >

Help • About us • Sitemap • Advertise on the FT • Terms & Conditions • Privacy Policy • Copyright

© THE FINANCIAL TIMES LTD 2011 FT and 'Financial Times' are trademarks of The Financial Times Ltd.

award winning
magazine

La maschera di registrazione del FT.com

FINANCIAL TIMES

ft.com/sign up

Any questions? Ask Customer Services

Please contact ftsales.support@ft.com for discounted group prices

1. About you
2. Payment details

About you

*required fields

If you are already registered, please click here

Email address

*

Your email address is needed to log you in. A confirmation email will be sent to this address.

Choose a password

*

Must contain at least 6 characters. Please use letters and numbers only.

Verify password

*

Country

* Italy

Number of users

* 1

Your position

* Please select

Job responsibility

* Please select

Industry

* Please select

Have the Financial Times **delivered** to your door

where available

Chosen access

Premium

Premium + FT newspaper Monday to Saturday

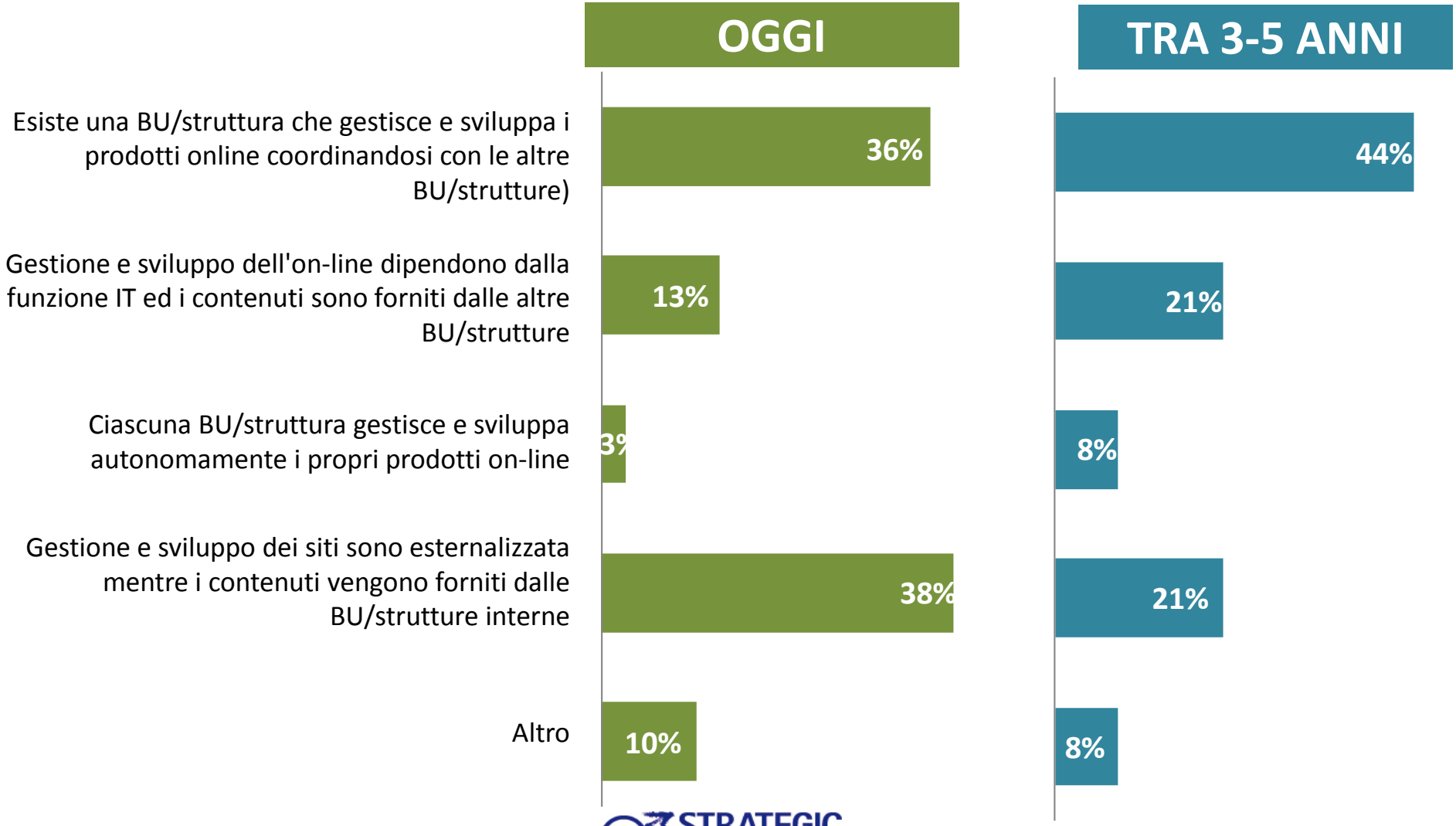
All Premium features, plus FREE daily delivery of the world's most authoritative business newspaper to your home or office, six days a week.

Total €13,73 per week

Non serve un 3 grado ma qualche informazione è fondamentale per profilare l'utente

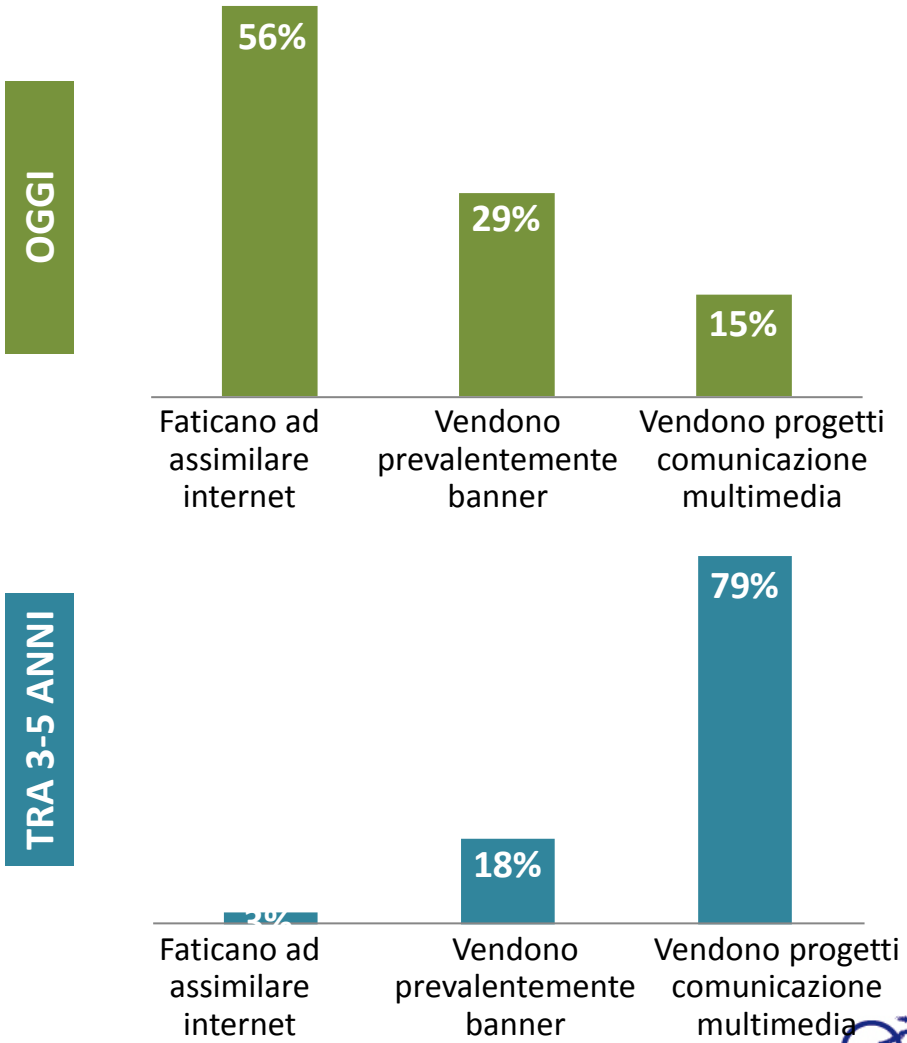
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quale modello organizzativo adottato per gestione e sviluppo dei prodotti/servizi on-line ?

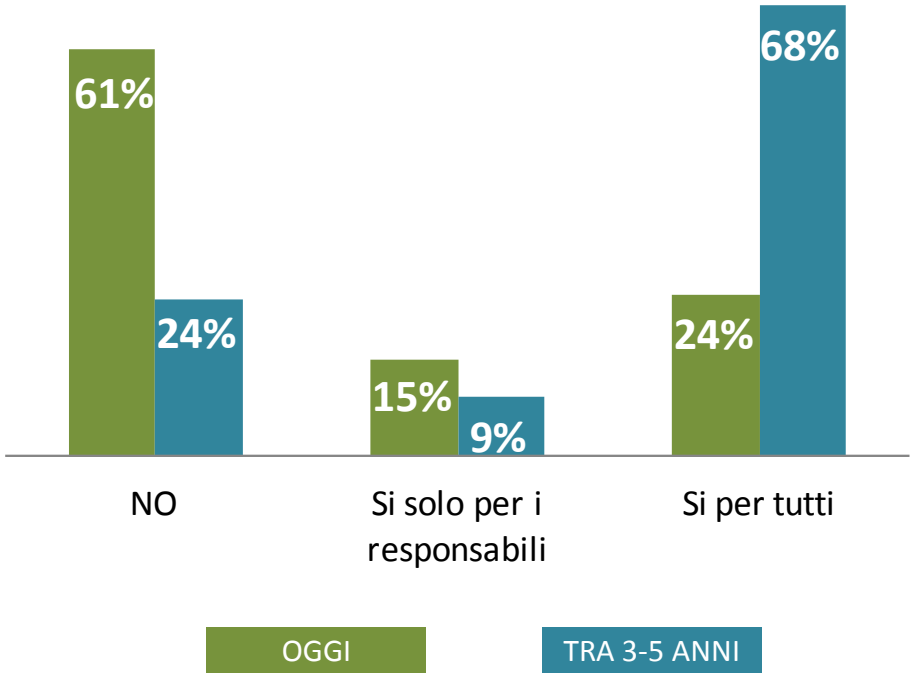


ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

C on l'avvento del web, come è cambiato l'approccio al mercato da parte delle Reti Vendita ?



L'azienda/Gruppo ha favorito il diffondersi della cultura web tra la rete vendita con corsi di formazione ?

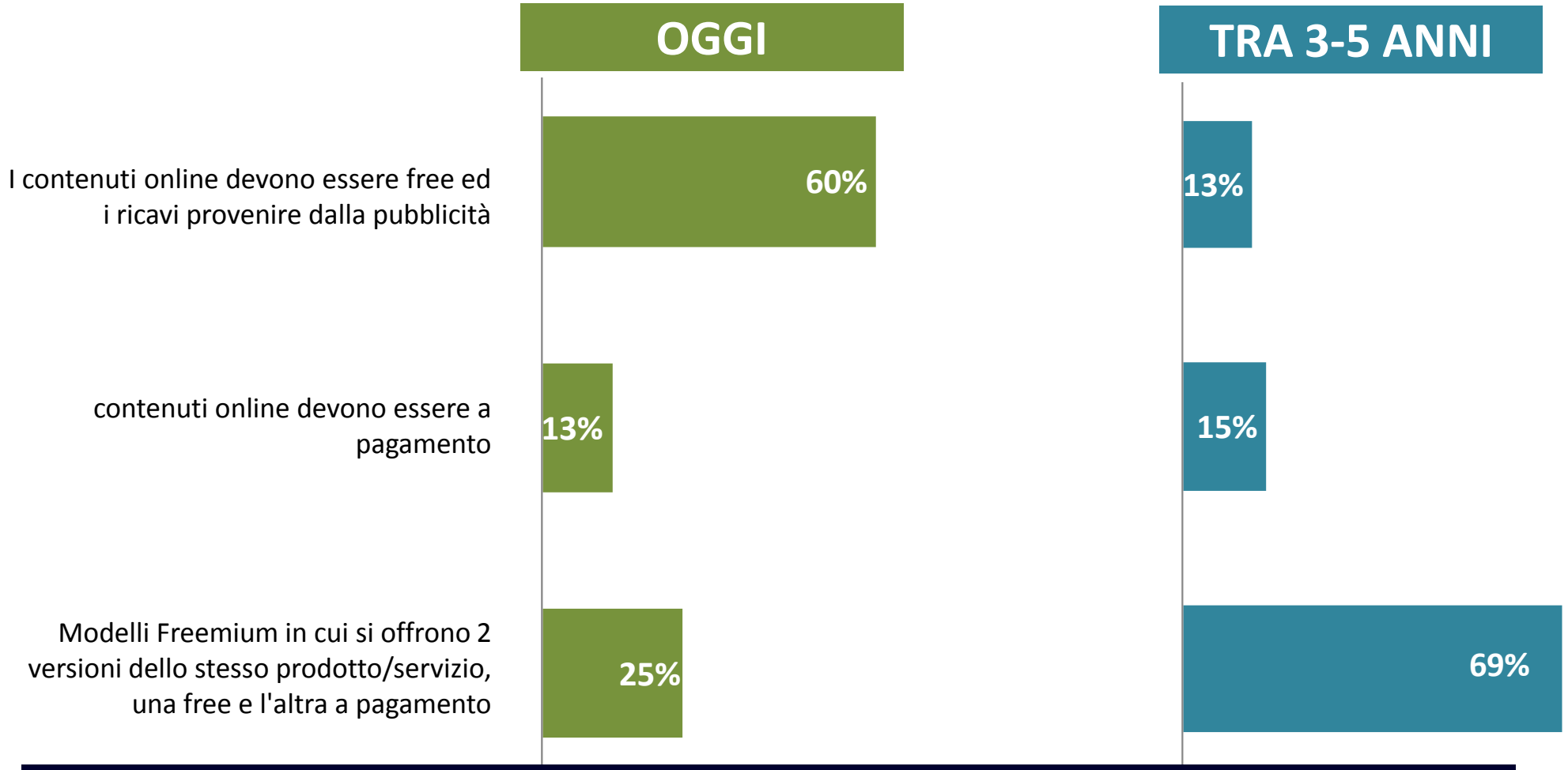


- Le **reti vendita faticano ad assimilare internet** nel proprio portafoglio d'offerta
- Non a caso oggi il **22%** degli intervistati dichiara che **internet non viene venduto** dalle reti ed **il 61% che i banner vengono venduti a tempo**
- Mentre **le modalità di vendita più evolute** (CPM-CPC) oggi rappresentano **solo 17%** dei casi (diventeranno il 53% tra 3-5 anni)
- Ad oggi il **modello organizzativo prevalente è quello con un'unica rete vendita che vende sia i prodotti tradizionali**, sia quelli digitali (92%) …
- … e **resterà il modello prevalente anche tra 3-5 anni** (82%)
- Nonostante ciò **solo il 24% ha dichiarato di aver favorito il diffondersi della conoscenza del web attraverso corsi di formazione estesi a tutta la rete**

Ma è verosimile che le Reti Vendita imparino da sole a vendere internet ?

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quale il modello di business vincente per l'on-line ?



Siete pronti per questo cambiamento epocale ?

Perché non bisogna far pagare i contenuti ?

Il profilo d'offerta del FT.com

FINANCIAL TIMES

Any questions? Email help@ft.com or call
US and Canada +1 800 628 8088
Asia +852 2905 5555
UK, Europe & Rest of the world +44 (0)20 7775 6248

Your region Italy

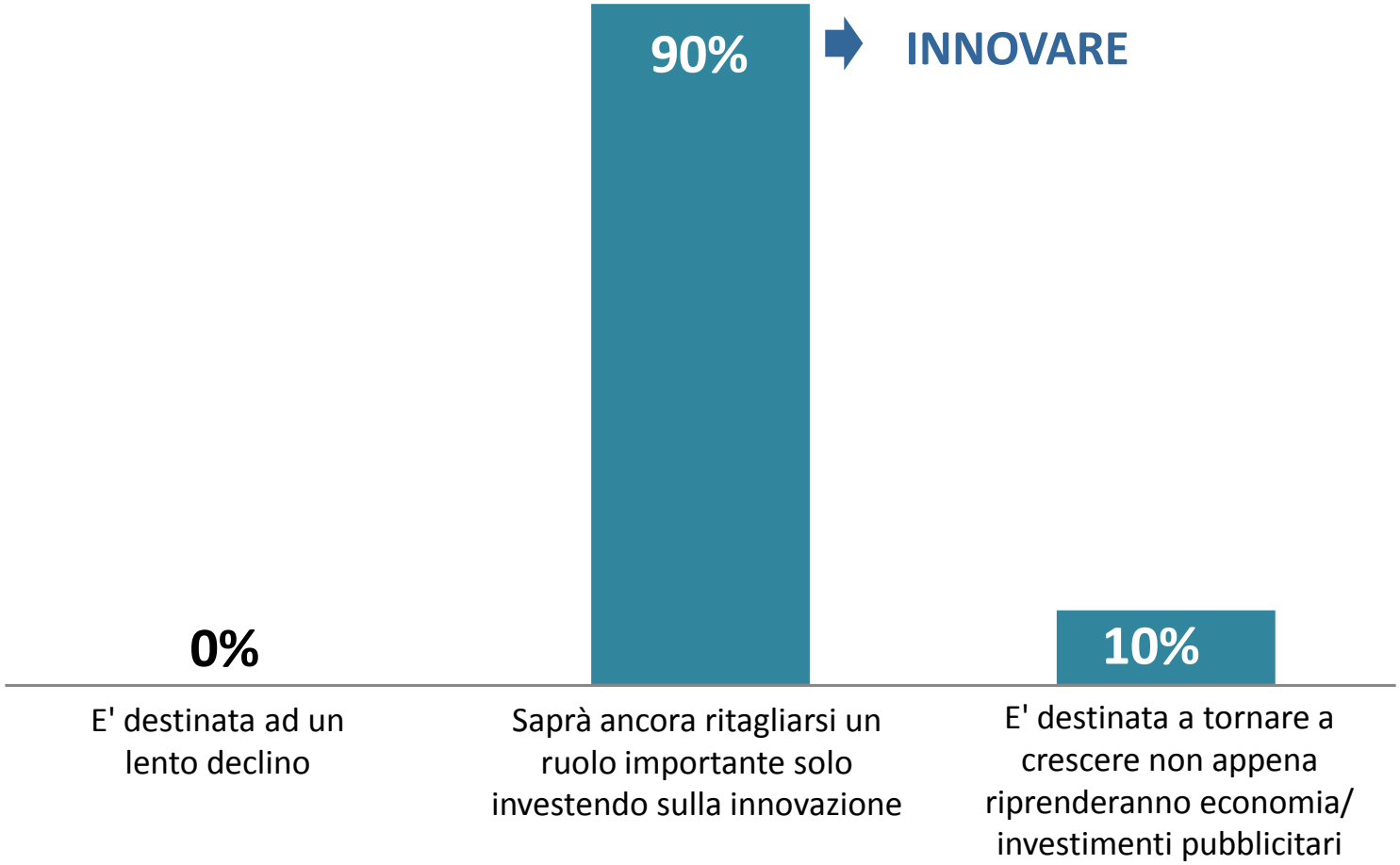
Existing users log in Username Password Sign in

	Newspaper + online	Premium online subscription	Standard online subscription	Registration
Price (Monthly / Annual)	€13.73 per week	€7.49 per week	€4.99 per week	Free
Email briefings	✓	✓	✓	✓
Portfolio tools	✓	✓	✓	✓
News alerts	✓	✓	✓	✓
Unlimited FT.com access	✓	✓	✓	✗
Unlimited mobile and iPad access	✓	✓	✓	✗
5 year company financials archive	✓	✓	✓	✗
The 6am Cut	✓	✓	✓	✗
The LEX column	✓	✓	✗	✗
ePaper access	✓	✓	✗	✗
FT press cuttings	✓	✓	✗	✗
Exclusive 'letter from the editor'	✓	✓	✗	✗
Daily newspaper delivery	✓	✗	✗	✗
FT Weekend delivery	✓	✗	✗	✗
Hover over for more information	Select	Select	Select	Select

Il cliente è disposto a pagare per accedere a contenuti a valore !

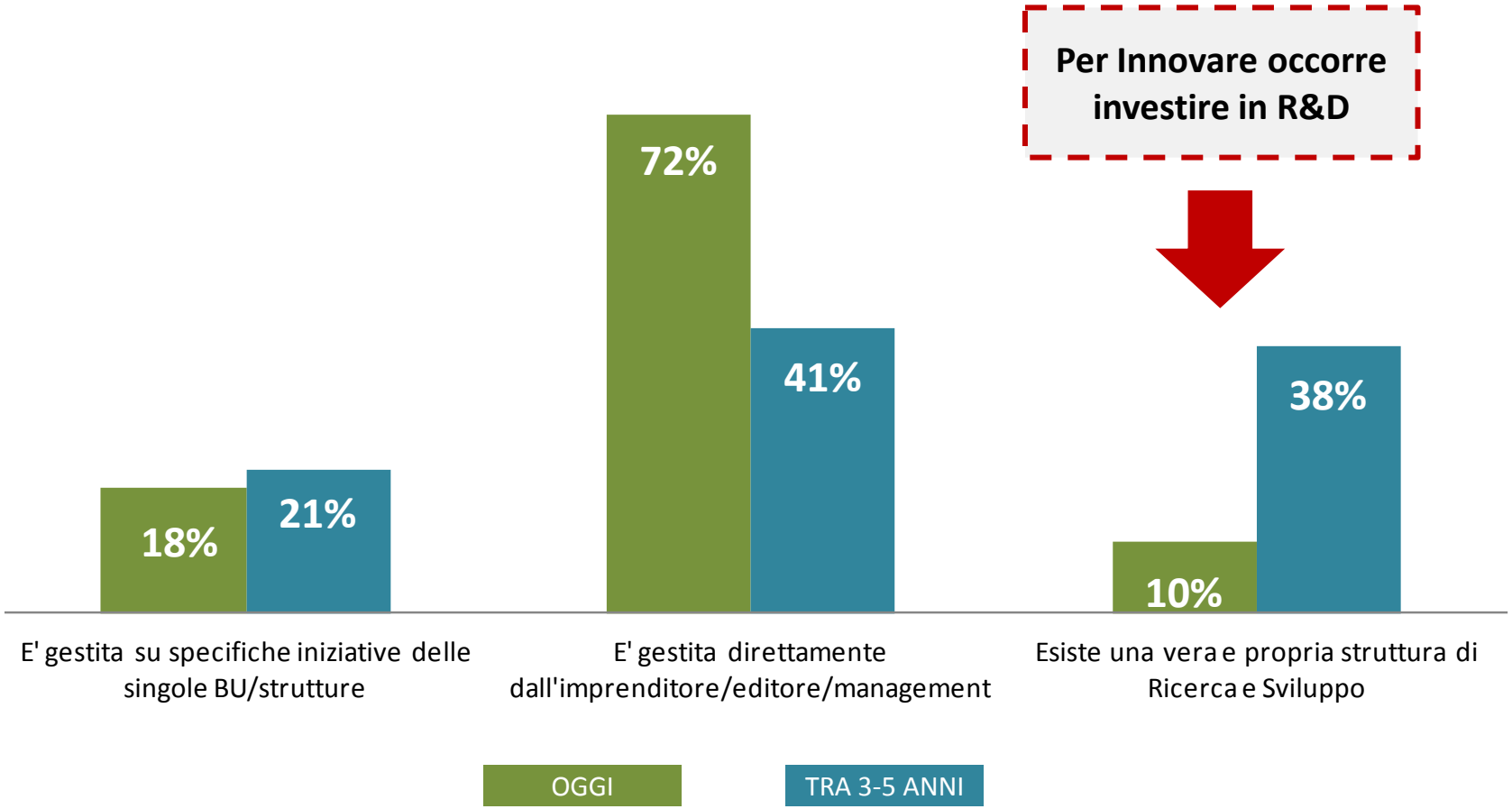
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quali le prospettive per l'editoria b2b/specializzata ?



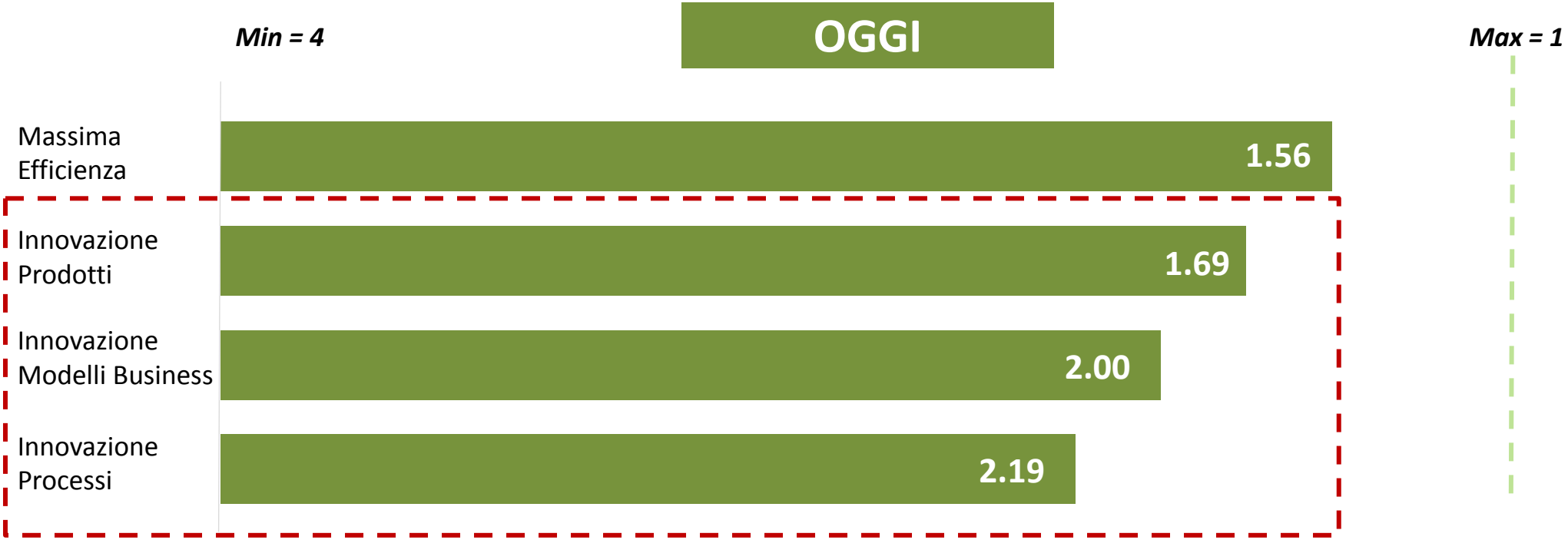
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Come viene gestita l'innovazione ?



ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Quali le priorità per l'immediato futuro ?



Emerge con forza la necessità di innovare. Le innovazioni indicate implicano dei cambiamenti radicali del sistema Azienda

Ne siete consapevoli ?

In sintesi che cosa è emerso dall'indagine

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

- La domanda chiave e: **ci sarà ancora spazio per l'editoria b2b/specializzata ?**
- La risposta che avete dato voi con forza è: **SI!**
- Ma **occorre avere la forza di cambiare**
- Come? Lo avete detto voi**: INNOVANDO**
- Ma **innovare non è, ne facile, ne indolore. Innovare è rischioso**
- **Ma anche continuare a produrre riviste su carta e affidarsi alla pubblicità è rischioso**
- **Innovare vuol dire mettersi in gioco**, **porsi delle domande** su quali saranno i bisogni di domani e soprattutto **darsi delle risposte**
- Innovare vuol dire **investire** sulla **formazione delle persone**, in **tecnologia**, modificare i **processi** aziendali, rivoluzionare i **format di prodotto**, proporre **modelli di business** inesplorati, osservare cosa fanno "quelli più bravi", definire una propria strategia e metterla in pratica
- Innovare vuol dire "**fare adesso" e non dire che "lo farò tra 3-5 anni"**
- Perché il **web e le nuove tecnologie corrono, corrono veloce, non aspettano.**
- Dall'indagine è emersa una generalizzata consapevolezza di quale sia la strada da percorre, più in un'ottica prospettica a 3-5 anni che non in riferimento all'oggi
- **Non abbiate paura di percorrerla!**

Grazie