


YOURSIGHT

Una ricerca di Engage e Human Highway

Edizione n. 12 - Aprile 2019



Yoursight – Edizione di Aprile 2019

Primo capitolo

- 1** Le parole del momento e l'analisi di «Come va e come andrà»
- 2 Hot & Trending topic della pubblicità digitale e del Programmatic
- 3 Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale e del Programmatic
- 4 La stima di fatturato di alcuni grandi operatori del settore
- 5 Metodo d'indagine e profilo del campione

Una ricerca di

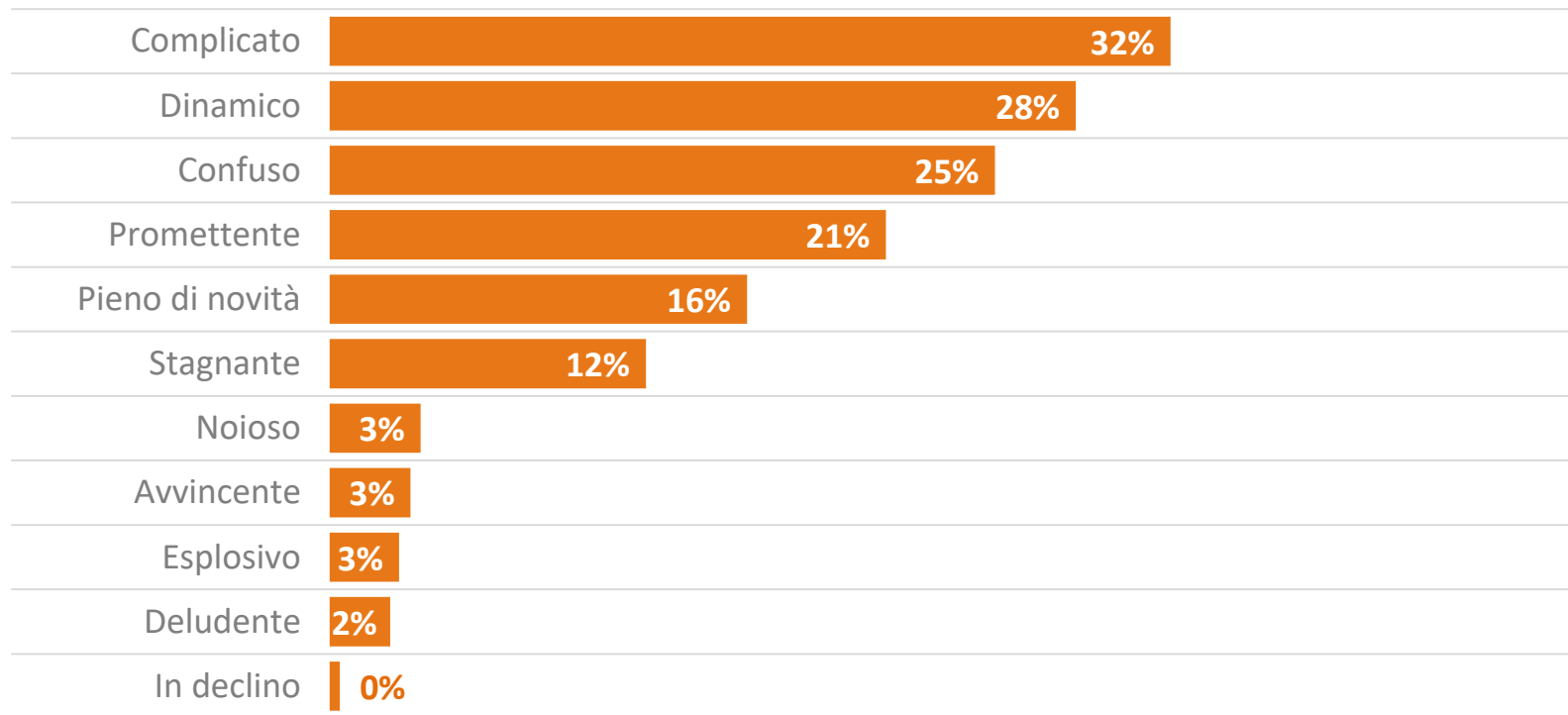
ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

 HUMAN HIGHWAY

1

Le parole del momento

Come definiresti l'attuale stato di sviluppo del digitale



Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

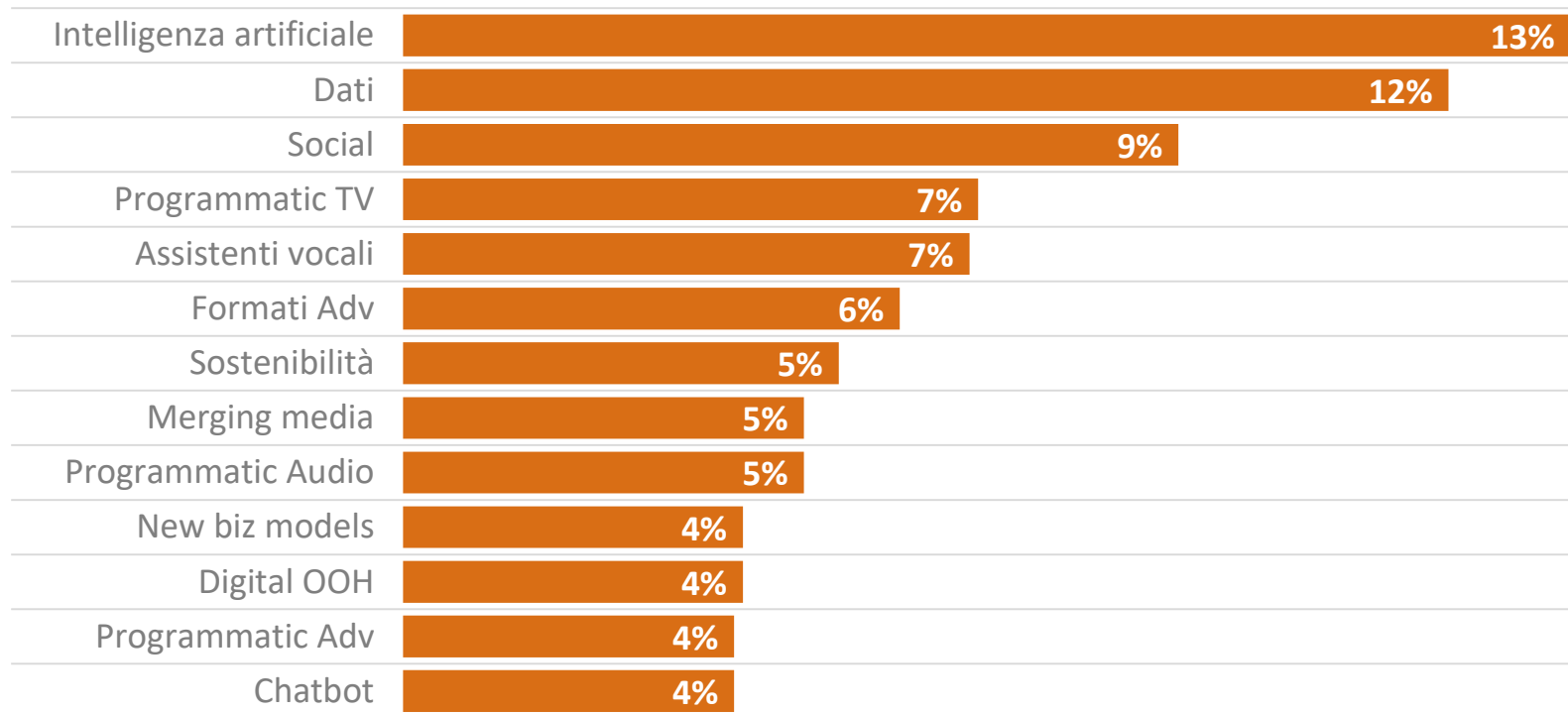
 HUMAN HIGHWAY

Attraversiamo un momento che la maggior parte del campione definisce «Complicato» e «Dinamico», «Promettente» ma «Complicato».

1

I trend del momento

Tecnologie e prassi di particolare interesse



Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

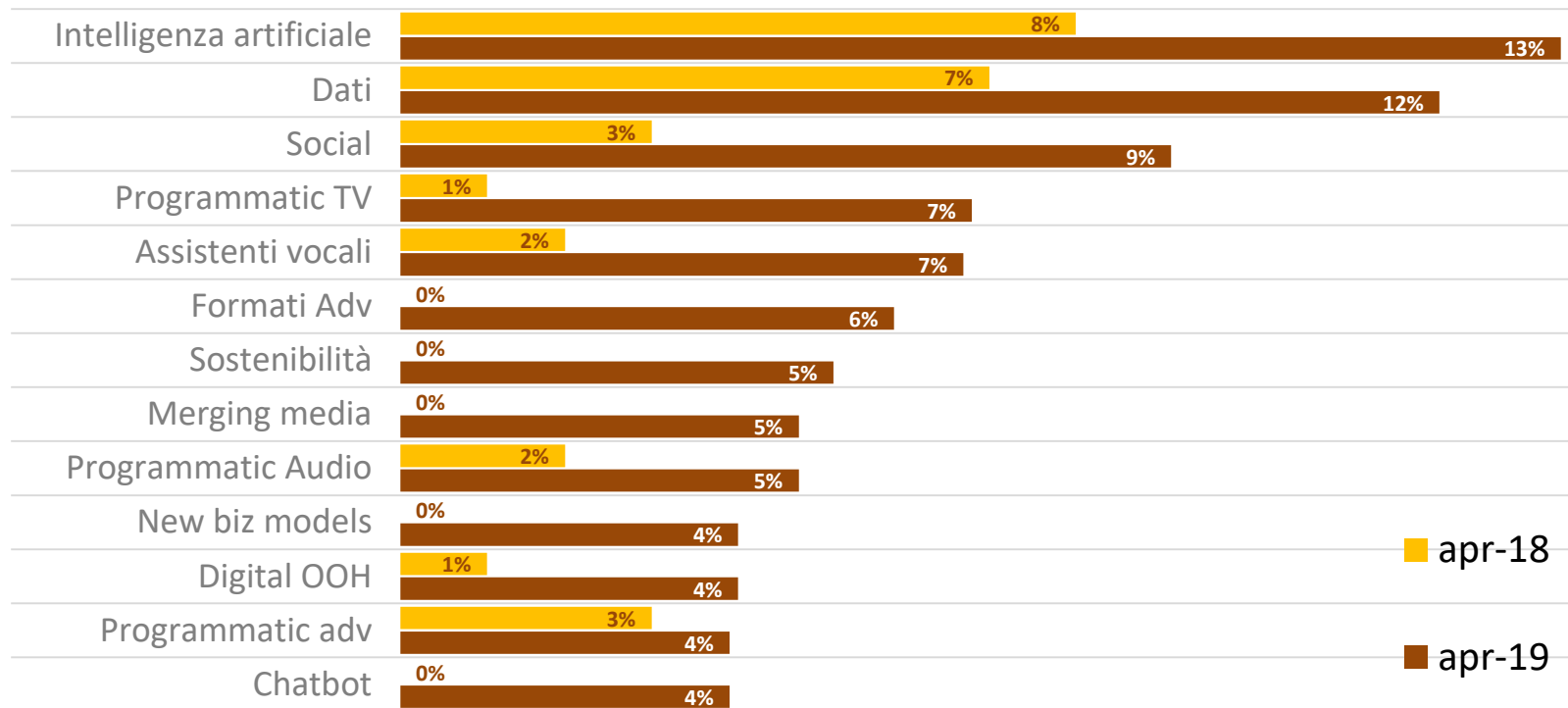
 HUMAN HIGHWAY

Tra gli 80 trend emersi nell'analisi, i primi 12 mostrati in figura raccolgono due terzi delle citazioni spontanee: l'intelligenza artificiale e l'importanza dei dati si confermano al top del ranking.

1

I trend dei trend

Come cambia l'interesse verso le tecnologie e le prassi del momento



Confronto delle citazioni raccolte nelle ultime tre rilevazioni. Alcune differenze sono dovute ai temi trattati negli appuntamenti per i quali è prodotta la ricerca (Programmatic Day ed Engage Conference). I trend più significativi riguardano l'AI, i Social, la Programmatic TV, l'audio e la convergenza dei mezzi.

Una ricerca di

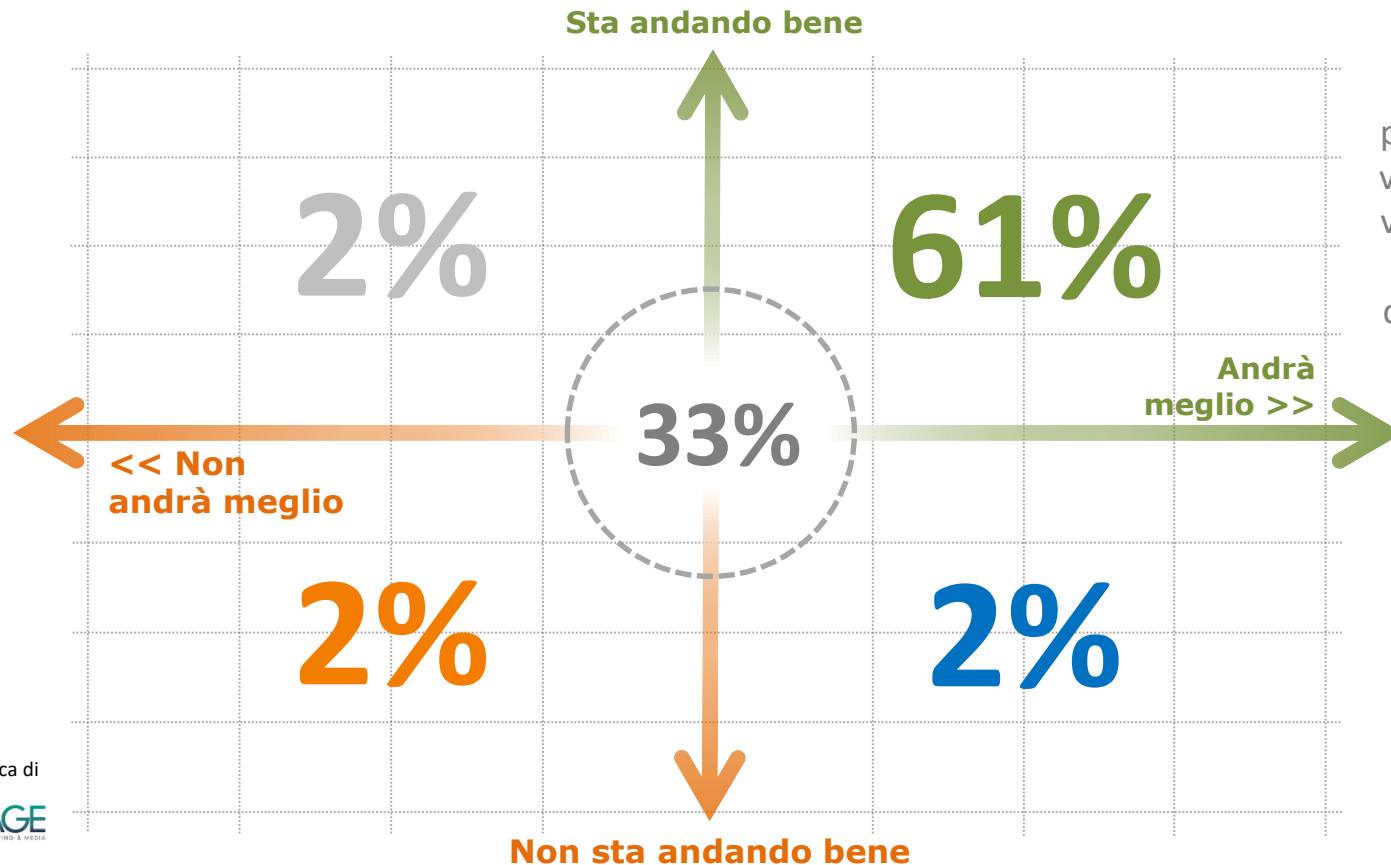
ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

HUMAN HIGHWAY

1

La dinamica del Business ad aprile 2019

Come va e come andrà



Il piano del business prodotto dai due assi: in verticale il dato su come va oggi (cresce, è stabile o cala) e in orizzontale come prevedi che andrà il prossimo anno.

Il quadrante più dinamico è quello più affollato: il 61% del campione segnala una situazione positiva con attesa di ulteriore crescita per l'anno in corso.

Una ricerca di

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

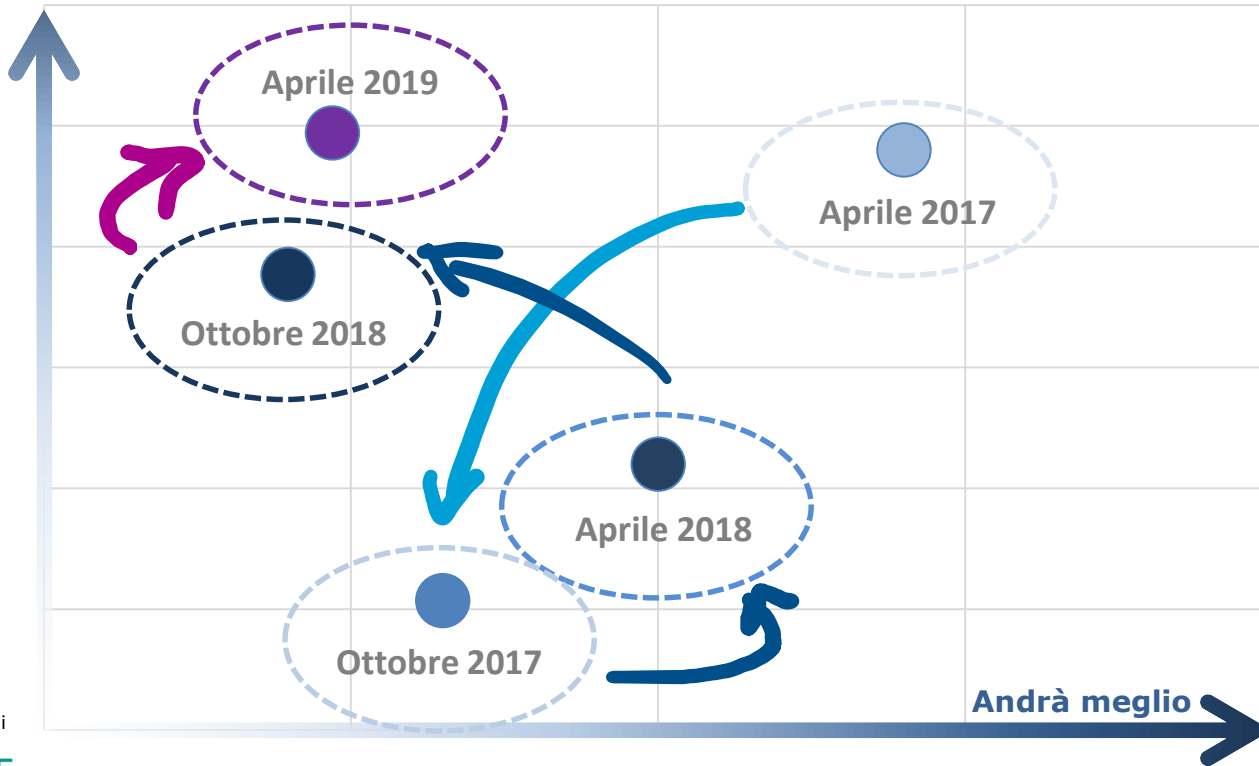
HUMAN HIGHWAY

1

La dinamica del Business

Come va e come andrà - Trend

Va bene



La rilevazione di aprile 2019 conferma le previsioni ottimistiche delle quattro rilevazioni wave precedenti. La promessa si è avverata e l'attesa di un futuro migliore si è trasferita in un giudizio positivo sul presente.

Rispetto alla situazione di aprile 2018, la quota di aziende in difficoltà scende in modo significativo

Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

HUMAN HIGHWAY

Yoursight – Edizione di Aprile 2019

Secondo capitolo

- 1 Le parole del momento e l'analisi di «Come va e come andrà»
- 2 Hot & Trending topic della pubblicità digitale e del Programmatic
- 3 Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale e del Programmatic
- 4 La stima di fatturato di alcuni grandi operatori del settore
- 5 Metodo d'indagine e profilo del campione

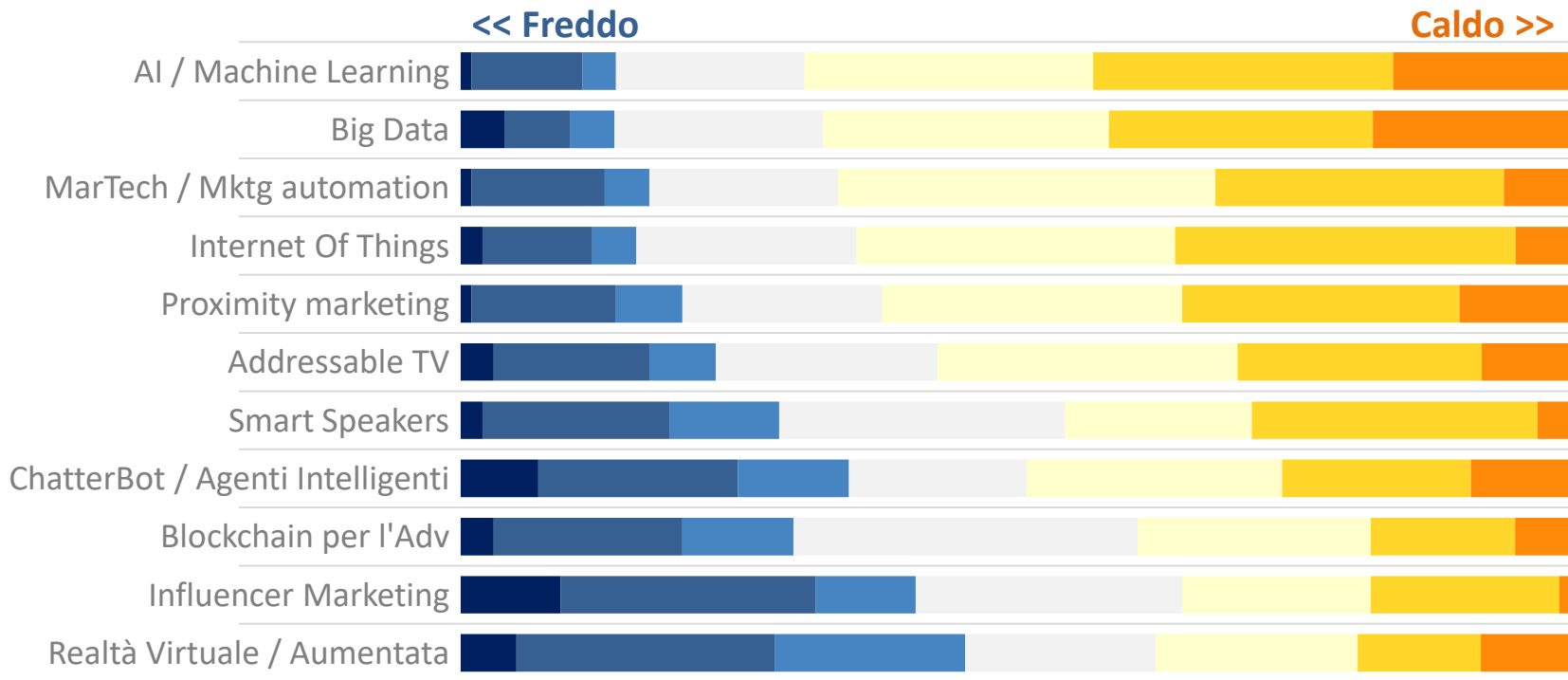
Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

 HUMAN HIGHWAY

I trend in ambito comunicazione digitale da qui a un anno

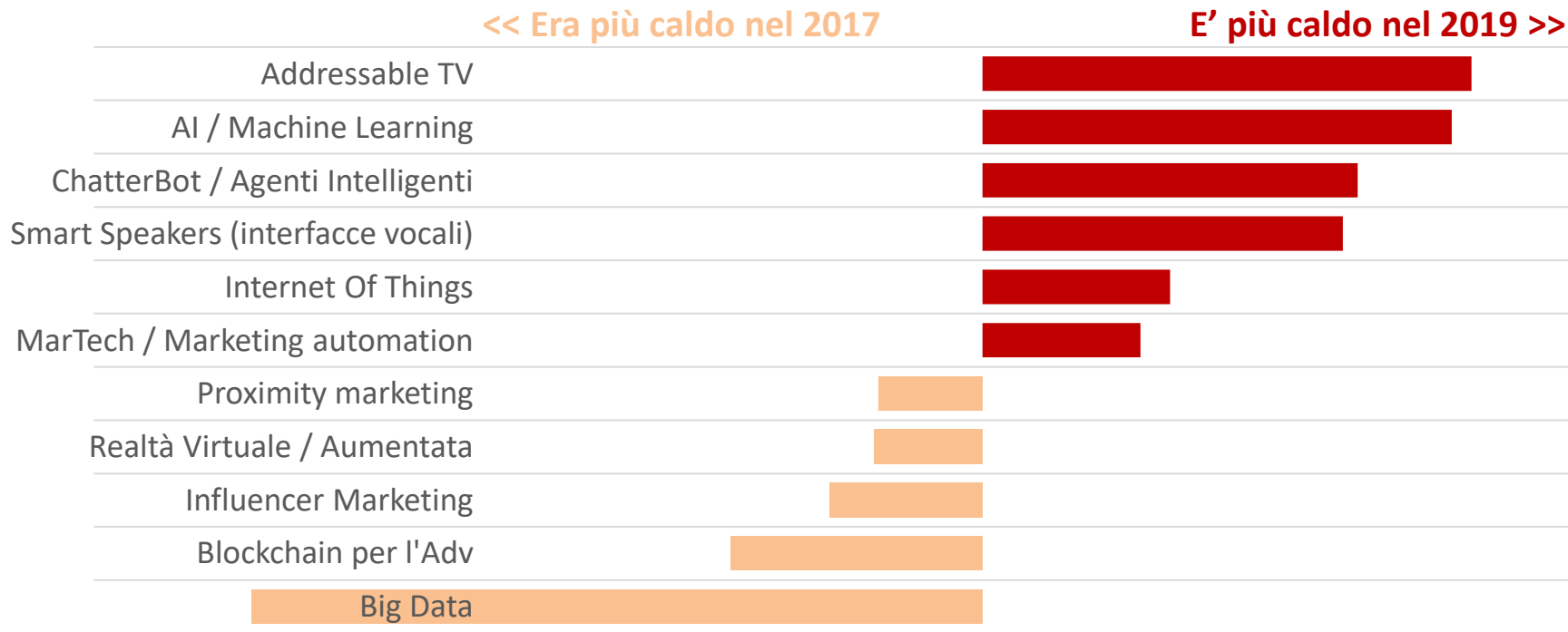
Tra un anno questi temi saranno...



Distribuzione delle valutazioni su alcuni aspetti di sviluppo legate ai grandi temi del marketing e della comunicazione digitale, in risposta alla domanda sulla diffusione attesa da qui a un anno. Da alcuni temi come i Big Data, MarTech e Machine Learning ci si attende un importante sviluppo.

I trend in ambito comunicazione digitale da qui a un anno

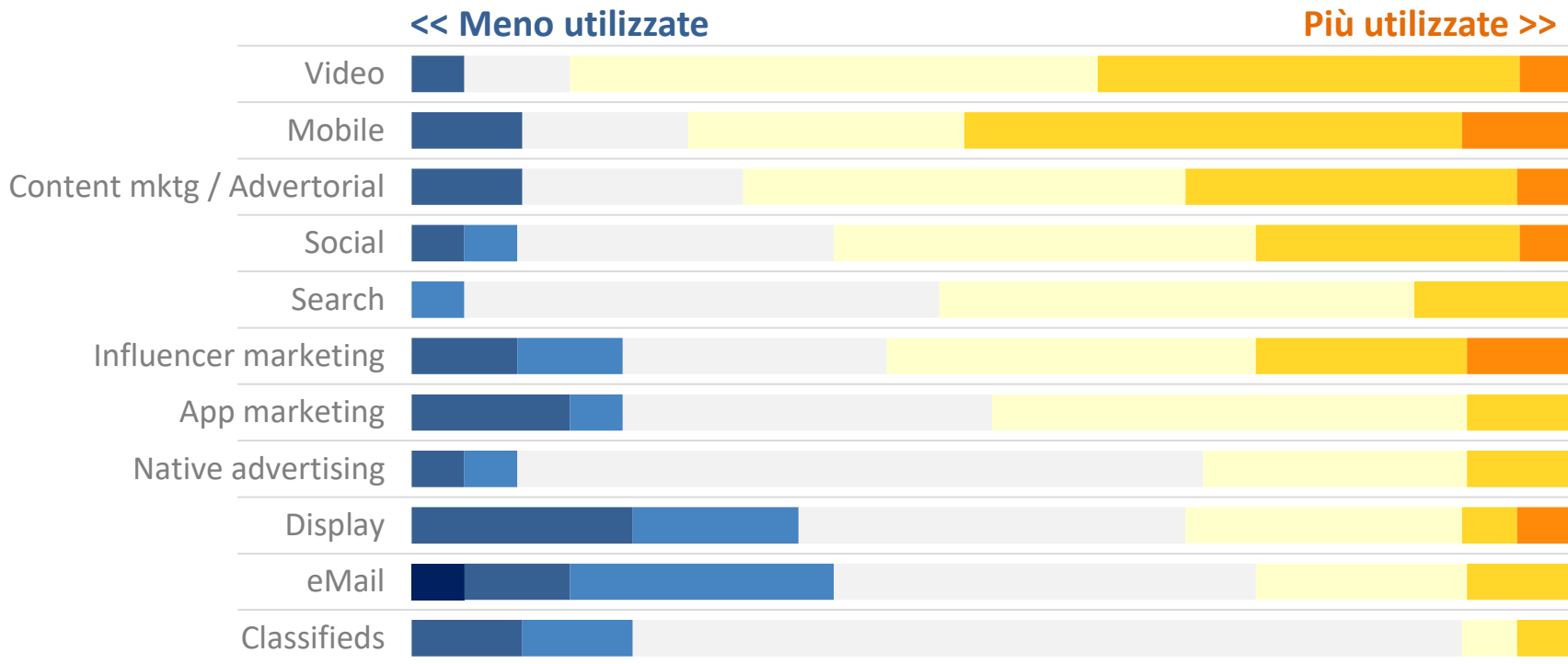
Il trend dei trend: com'erano «caldi» due anni fa e quanto lo sono oggi



Alcuni trend sono oggi sentiti più «caldi» rispetto all'anno scorso e sono evidenziati dalle barre di colore rosso. L'intelligenza artificiale, già molto caldo nel 2017, è cresciuto ulteriormente negli ultimi due anni. L'incremento più consistente è segnato dall'addressable TV e dagli agenti (vocali) intelligenti.

Lo sviluppo di soluzioni pubblicitarie online da qui a un anno

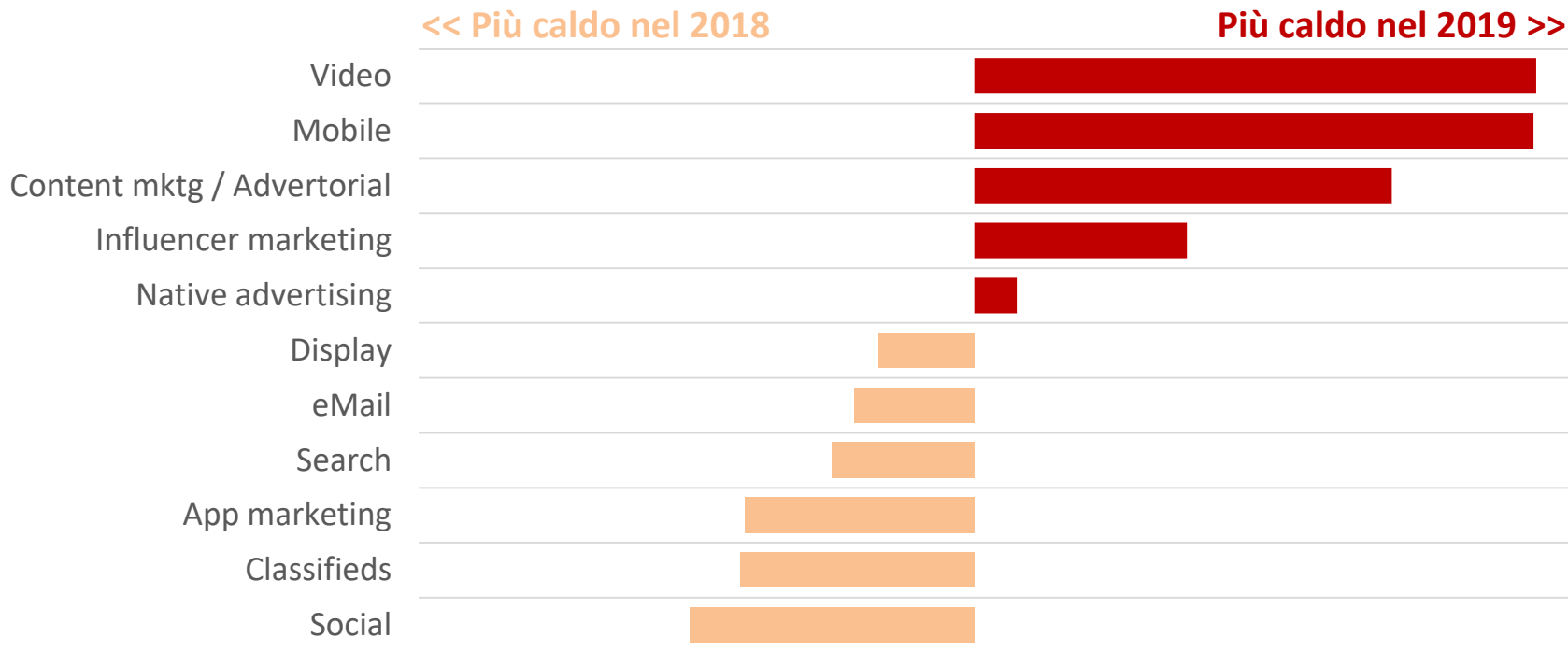
Tra un anno queste soluzioni saranno...



Valutazioni su alcuni aspetti di sviluppo legati alle soluzioni pubblicitarie, in risposta alla domanda sulla diffusione attesa da qui a un anno. In forte crescita si prevedono mobile, video, social, content e influencer marketing mentre altri format riscuotono meno interesse tra i professionisti del settore

I trend delle soluzioni digitali da qui a un anno

Com'erano «calde» le soluzioni un anno fa e come lo sono oggi



Video e Mobile, già su livelli elevati nel 2017, guadagnano ulteriore attenzione nel giro di due anni. Alcune delle soluzioni più «hot» si stanno in realtà raffreddando: «Social» perde oltre 6 punti in dodici mesi, «App marketing» 5.

Yoursight – Edizione di Aprile 2019

Terzo capitolo

- 1 Le parole del momento e l'analisi di «Come va e come andrà»
- 2 Hot & Trending topic della pubblicità digitale e del Programmatic
- 3** Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale e del Programmatic
- 4 La stima di fatturato di alcuni grandi operatori del settore
- 5 Metodo d'indagine e profilo del campione

Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

 HUMAN HIGHWAY

Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale

I due principali ostacoli presenti nello scenario italiano



Una ricerca di

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

HUMAN HIGHWAY

Scarsa cultura digitale e confusione nelle metriche e nelle misurazioni delle attività di marketing digitale: sono questi i due inibitori principali e prevalgono in modo netto sugli altri 12 proposti ai rispondenti, con un'incidenza simile a quella rilevata nelle precedenti rilevazioni.

Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale

Confronto dei giudizi di un anno fa e di oggi

<< Più sentiti nel 2017

Più sentiti nel 2019 >>



Nell'ultimo anno due temi guadagnano attenzione la confusione nelle metriche e la normativa sulla privacy. Penetrazione della Rete e scarsa banda perdono importanza, così come la difficoltà a usare il digitale come mezzo di branding

Una ricerca di

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

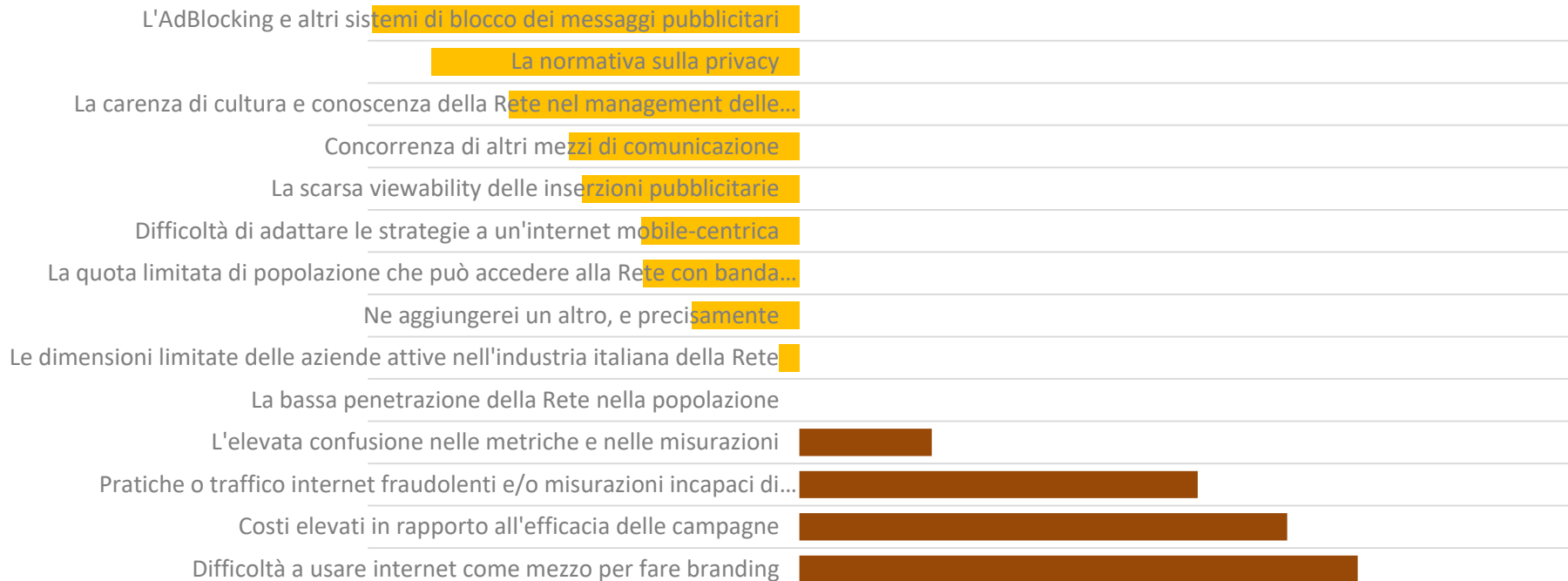
HUMAN HIGHWAY

Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale

Confronto delle valutazioni

<< **Piccole aziende**

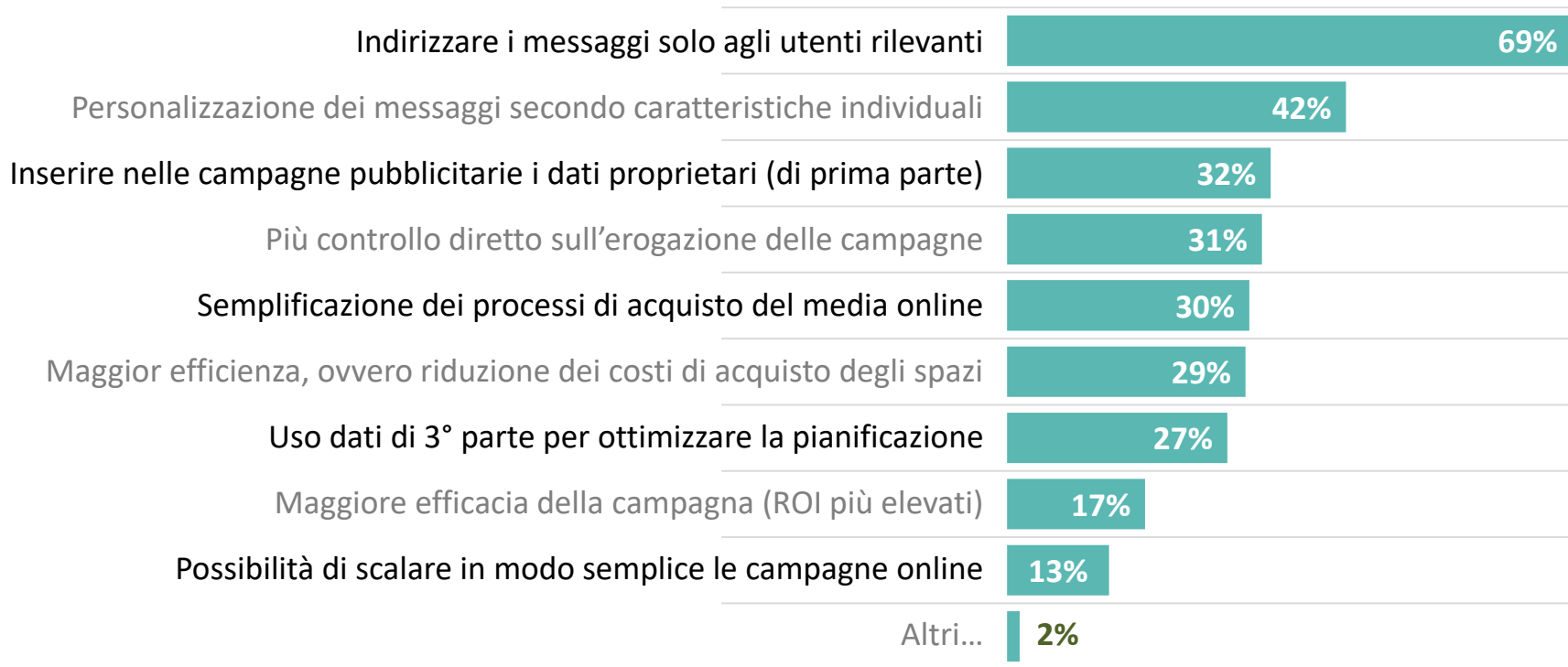
Grandi aziende >>



Le grandi aziende segnalano molto più delle piccole i costi elevati, la confusione delle metriche di misurazione e il sospetto di pratiche fraudolenti. Le piccole aziende notano in misura maggiore le conseguenze negative dell'AdBlock, della normativa sulla privacy e della carenza di cultura digitale

I punti di forza del Programmatic

Elenco dei fattori più convincenti



Tra i dieci punti di forza del Programmatic, uno si segnala particolarmente evidente: la capacità di targettizzare le campagne. Questa caratteristica, unita alla personalizzazione del messaggio e al controllo, produce il terzo beneficio, la maggiore efficienza del sistema

I punti di forza del Programmatic

Fattori convincenti per dimensione



Le grandi aziende associano al Programmatic i benefici della miglior targetizzazione (profili e messaggi) e quindi maggior efficienza e controllo. Le piccole aziende apprezzano di più la semplificazione dei processi di acquisto e la possibilità di scalare i volumi delle campagne

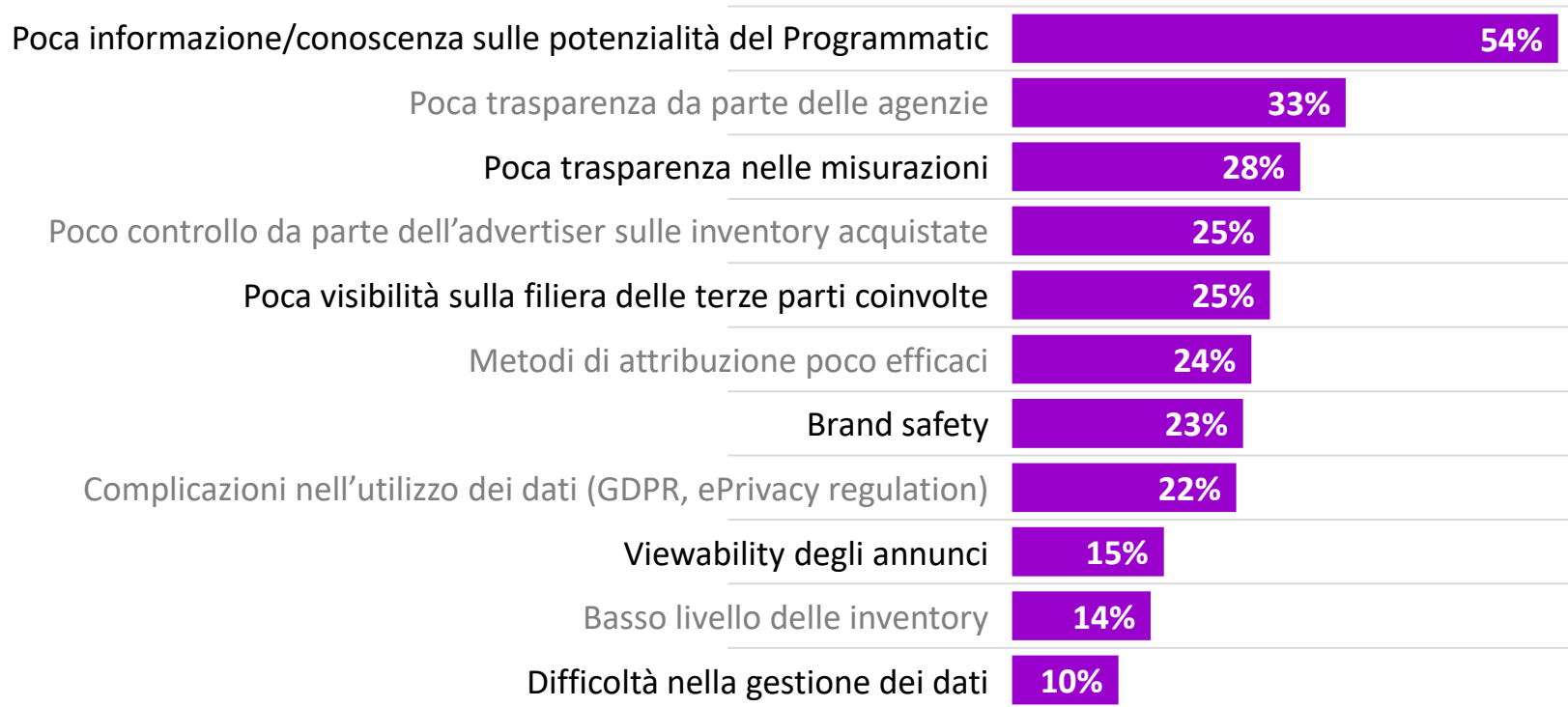
Una ricerca di

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

HUMAN HIGHWAY

Gli inibitori allo sviluppo del Programmatic

Ranking degli ostacoli presenti nello scenario italiano



Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

HUMAN HIGHWAY

Gli inibitori del Programmatic sono riassumibili in tre scarsità: (i) scarsa informazione e conoscenza su questa prassi di comunicazione, (ii) scarsa trasparenza e (iii) scarso controllo sulle inventory

Gli inibitori allo sviluppo del Programmatic

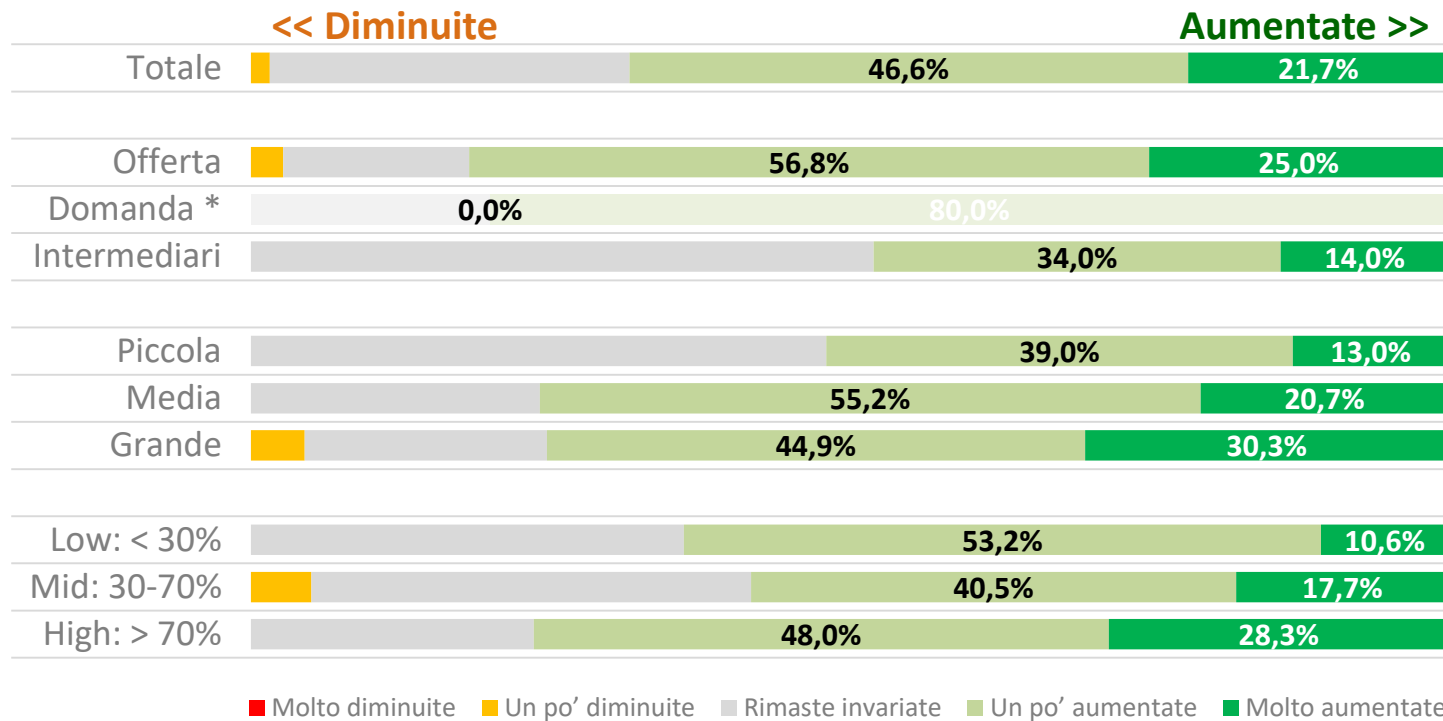
Confronto dei giudizi di un anno fa e di oggi



Gli inibitori che hanno accresciuto il loro peso negli ultimi due anni sono la scarsa viewability e la scarsa conoscenza del Programmatic. La trasparenza è tuttora un problema rilevante (è ancora il secondo inibitore) ma meno di due anni fa

Gli inibitori allo sviluppo del Programmatic

L'aumento di competenze in seno alle aziende



Una ricerca di

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

HUMAN HIGHWAY

Gli intervistati segnalano che le competenze relative al Programmatic presenti in azienda sono generalmente aumentate negli ultimi anni. Gli incrementi maggiori si notano tra le grandi aziende e aziende in cui operano figure di elevata «digital intensity» (* le aziende della domanda sono poco rappresentate nel campione)

Yoursight – Edizione di Aprile 2019

Quarto capitolo

- 1 Le parole del momento e l'analisi di «Come va e come andrà»
- 2 Hot & Trending topic della pubblicità digitale e del Programmatic
- 3 Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale e del Programmatic
- 4** La stima di fatturato di alcuni grandi operatori del settore
- 5 Metodo d'indagine e profilo del campione

Una ricerca di

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

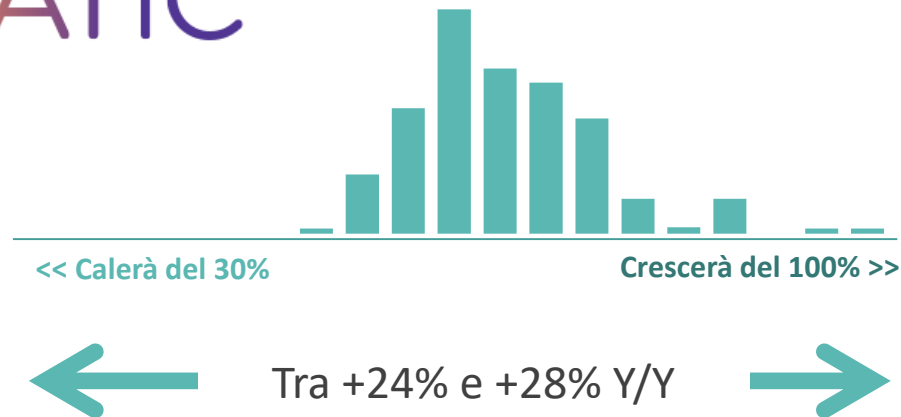
 HUMAN HIGHWAY

L'indagine del 2017 sulla crescita del Programmatic

La previsione di Yoursight per il 2017

PROGRAMMATIC

**+ 26% nel 2017
rispetto al 2016**



Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

HUMAN HIGHWAY

Le stime dei professionisti per diversa industry (domanda, offerta e intermediari) si discostano di pochi punti percentuali (4,2 per la precisione) rispetto al dato medio del 26%: c'è quindi una notevole uniformità di vedute tra i diversi operatori del settore per la crescita del programmatic nel 2017

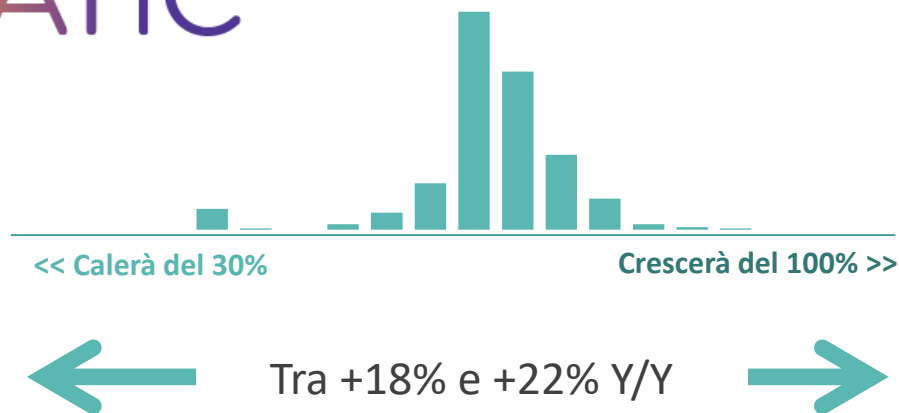
4

L'indagine del 2018 sulla crescita del Programmatic

La previsione di Yoursight per il 2018

PROGRAMMATIC

+ 20% nel 2018
rispetto al 2017



Una ricerca di

ENCAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

 HUMAN HIGHWAY

Le stime dei professionisti intervistati da Yoursight indicavano nell'intorno del 20% la crescita del valore Programmatic italiano nel 2018 rispetto all'anno precedente



Grazie dell'attenzione

Ci vediamo alla prossima edizione di Yoursight

Ti aspettiamo il prossimo autunno su

www.yoursight.it

Una ricerca di

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

 HUMAN HIGHWAY