



SERVIZI DI MARKETING E COMUNICAZIONE INTEGRATA



La comunicazione e il marketing digitale in Azienda: situazione, sviluppi e fiducia

Udine, 8 Aprile 2011



• P.zza Italia 13/d • 31030 Breda di Piave (TV) • www.quæris.it

Aipem e Quaeris, in occasione dell'8° Giornata della Comunicazione, presentano i risultati di una ricerca volta a monitorare il rapporto esistente oggi fra le aziende marketing oriented e la comunicazione digitale.

Sono state somministrate 100 interviste con tecnica CAWI (Computer Assisted Web Interview), a responsabili della comunicazione di aziende operanti in Friuli Venezia Giulia e Veneto.

Le interviste sono state effettuate nei giorni 14, 15 e 16 marzo 2011.

Ne sono emerse considerazioni interessanti che possono aiutarci a inquadrare lo stato dell'arte della comunicazione digitale e dunque fornirci una chiave di lettura per comprendere i trend futuri delle attività di marketing.

Azioni per migliorare la comunicazione digitale

Nel corso dell'ultimo anno la Sua azienda ha intrapreso azioni per migliorare la programmazione e gestione della comunicazione digitale?



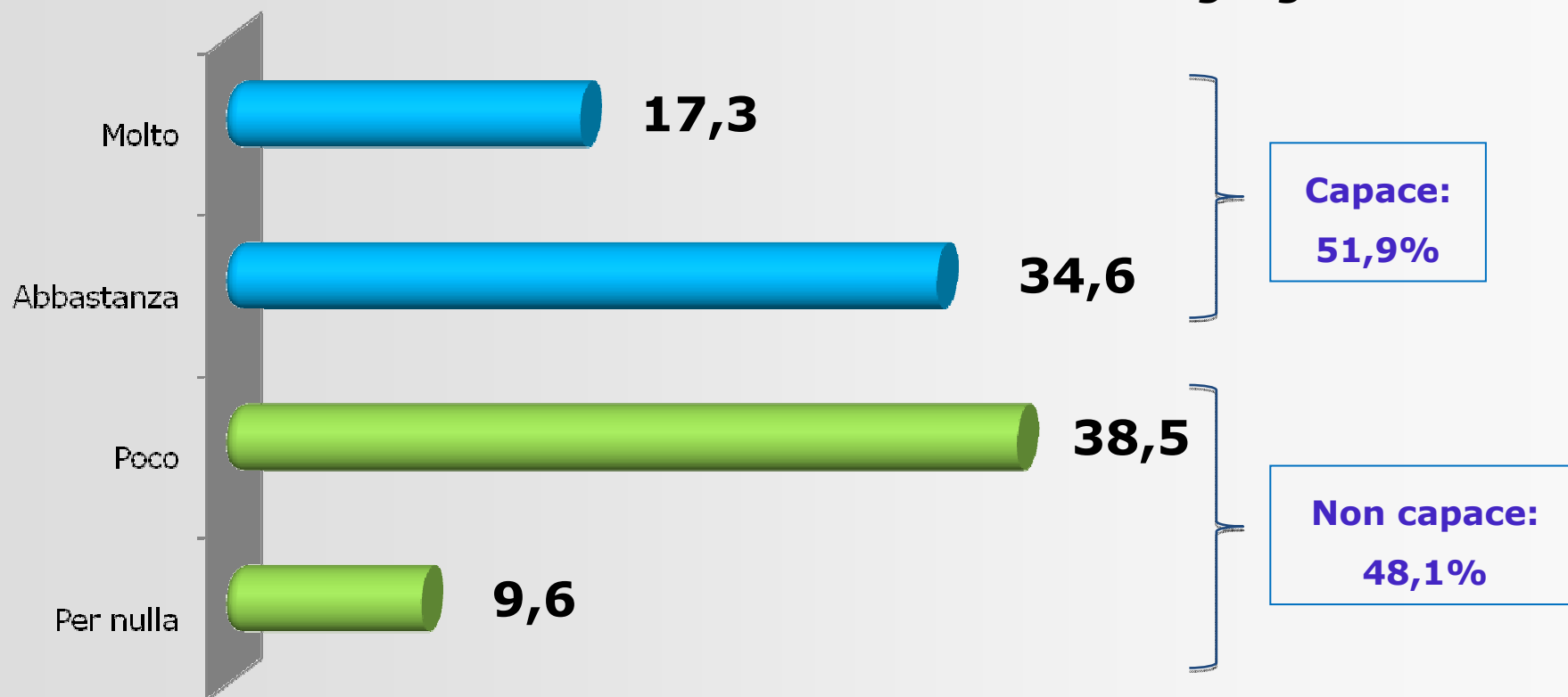
Azioni per migliorare la comunicazione digitale

Nel corso dell'ultimo anno la Sua azienda ha intrapreso azioni per migliorare la programmazione e gestione della comunicazione digitale?

	Friuli Venezia Giulia	Veneto
Si	88,2	80,4
No	11,8	19,6

Aziende in grado di gestire gli strumenti di marketing digitale

In base alla Sua esperienza, in che misura la struttura organizzativa della Sua Azienda è in grado di gestire/coordinare efficacemente gli strumenti di comunicazione e marketing digitale?



Risultati attesi nella comunicazione e nel marketing digitale

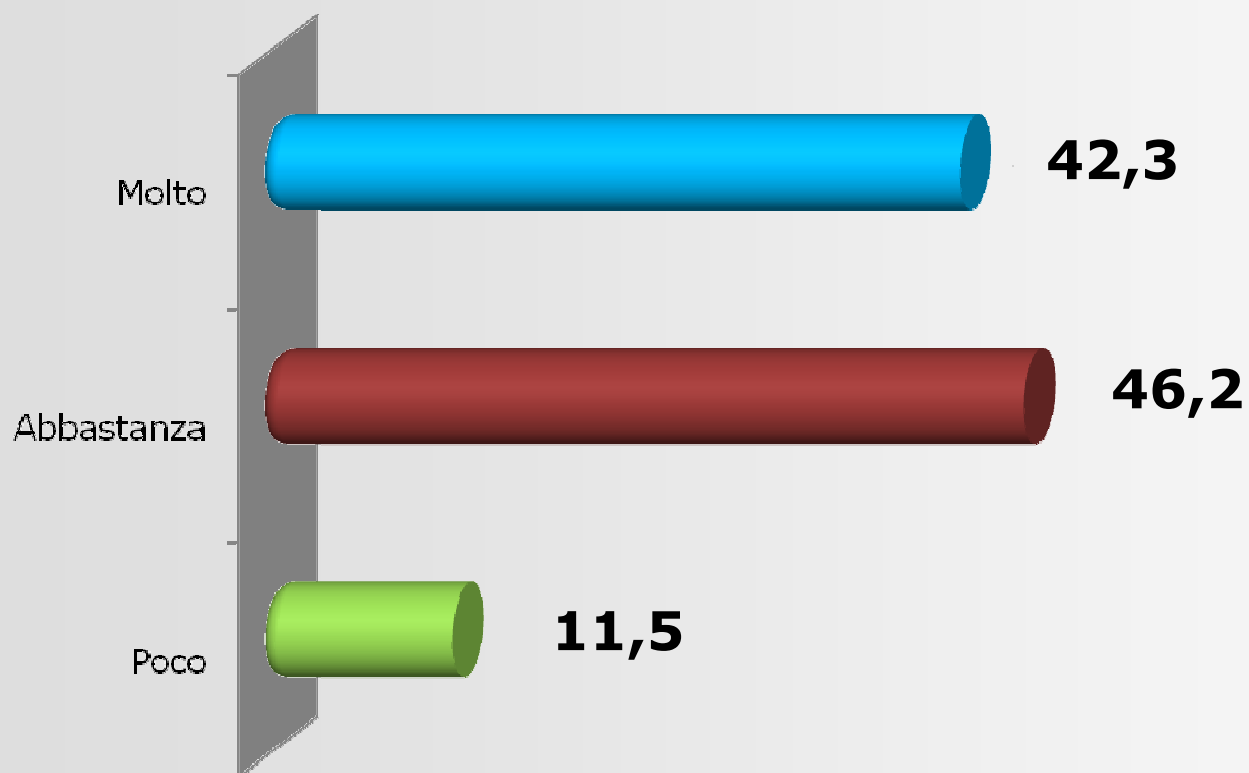
Quali sono i risultati che la Sua Azienda si aspetta di raggiungere attraverso l'utilizzo di strumenti di comunicazione e marketing digitale?



La percentuale supera il 100,0% in quanto erano ammesse risposte multiple

L'utilità della comunicazione digitale per gli obiettivi aziendali

Quanto ritiene la comunicazione digitale sia funzionale al raggiungimento dei Suoi obiettivi aziendali?

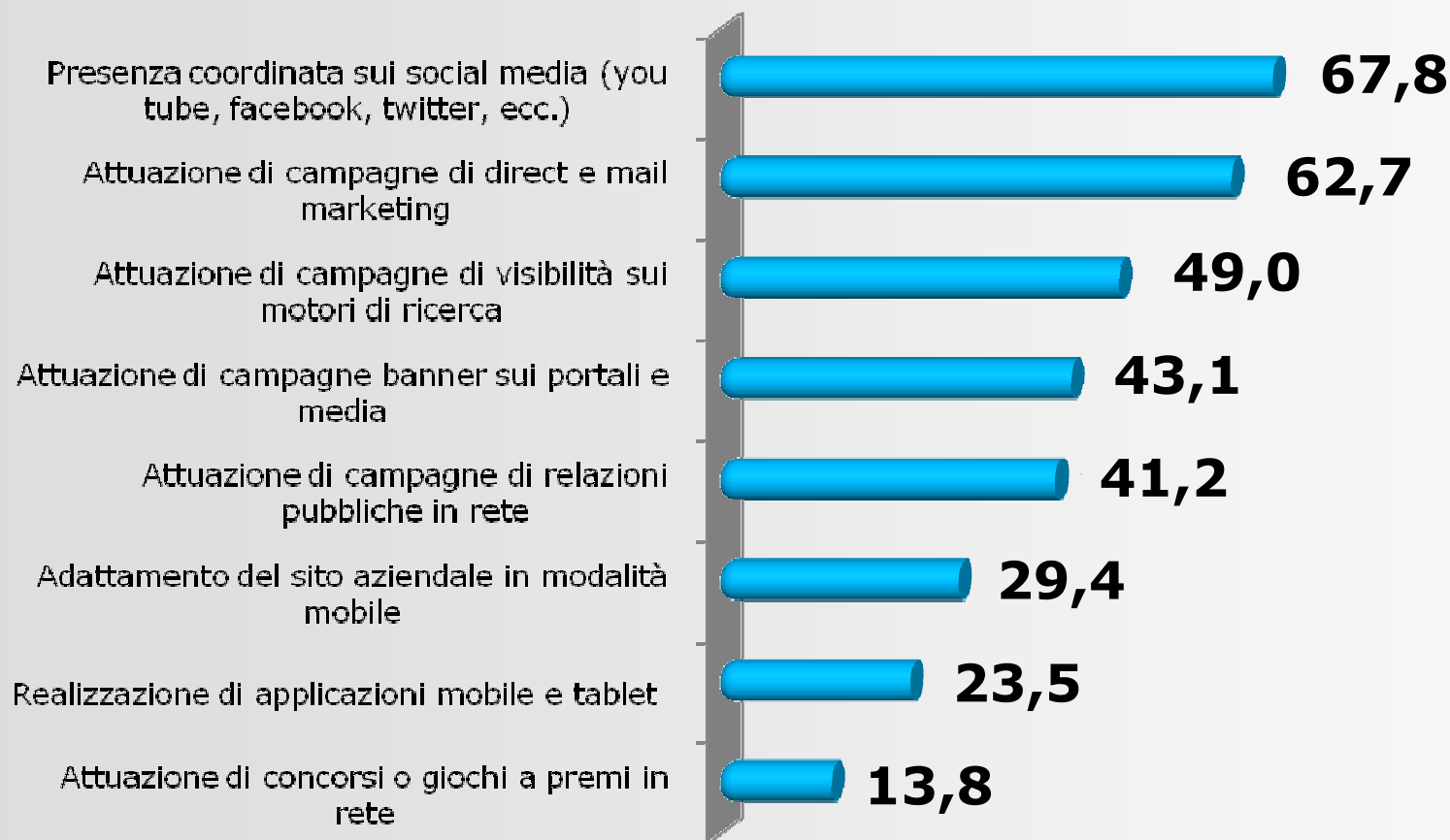


Quali delle attività digitali sotto elencate sono attualmente svolte dalla Sua Azienda (direttamente o indirettamente)?

	Sì	No
Realizzazione di applicazioni mobile e tablet	23,5	76,5
Adattamento del sito aziendale in modalità mobile	29,4	70,6
Attuazione di campagne banner sui portali e media	43,1	56,9
Presenza coordinata sui social media (you tube, facebook, twitter, ecc.)	67,8	32,2
Attuazione di campagne di visibilità sui motori di ricerca	49,0	51,0
Attuazione di campagne di direct e mail marketing	62,7	37,3
Attuazione di campagne di relazioni pubbliche in rete	41,2	58,8
Attuazione di concorsi o giochi a premi in rete	13,5	86,5

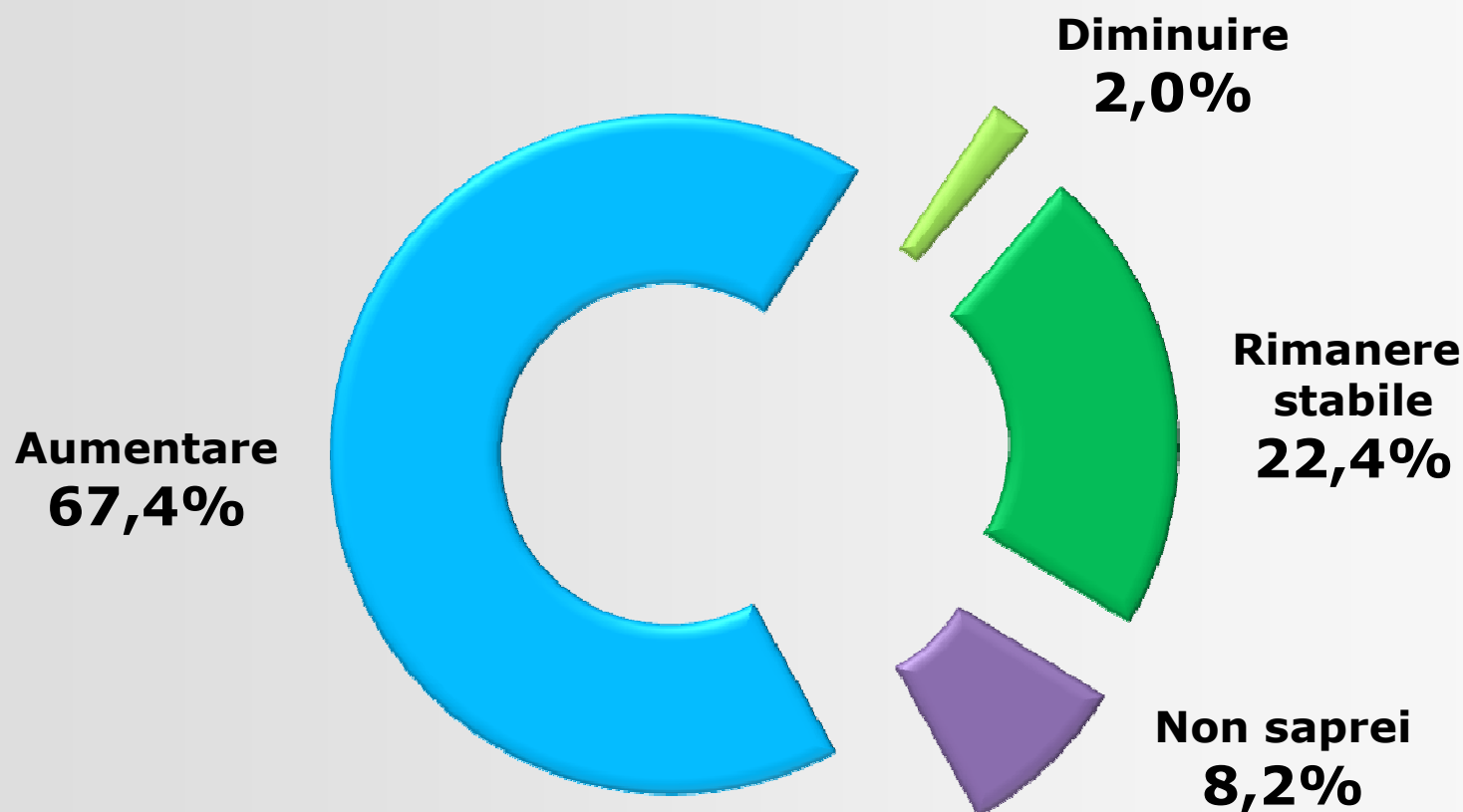
Classifica delle attività digitali svolte dall'azienda

Quali delle attività digitali sotto elencate sono attualmente svolte dalla Sua Azienda (direttamente o indirettamente)?



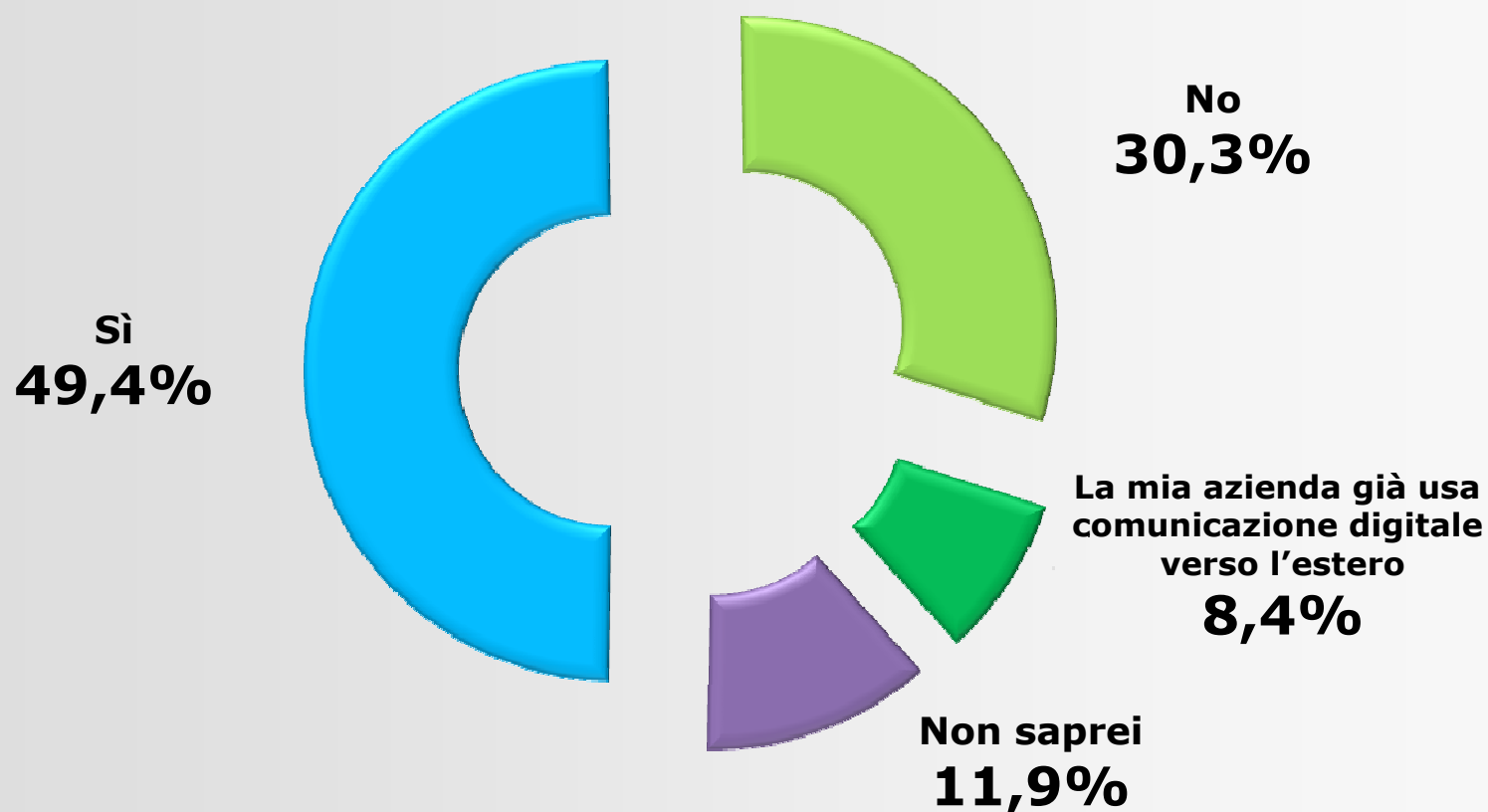
Proiezioni di investimento in comunicazione digitale

Nel corso del prossimo anno Lei ritiene che l'investimento nella comunicazione digitale nella Sua Azienda potrà:

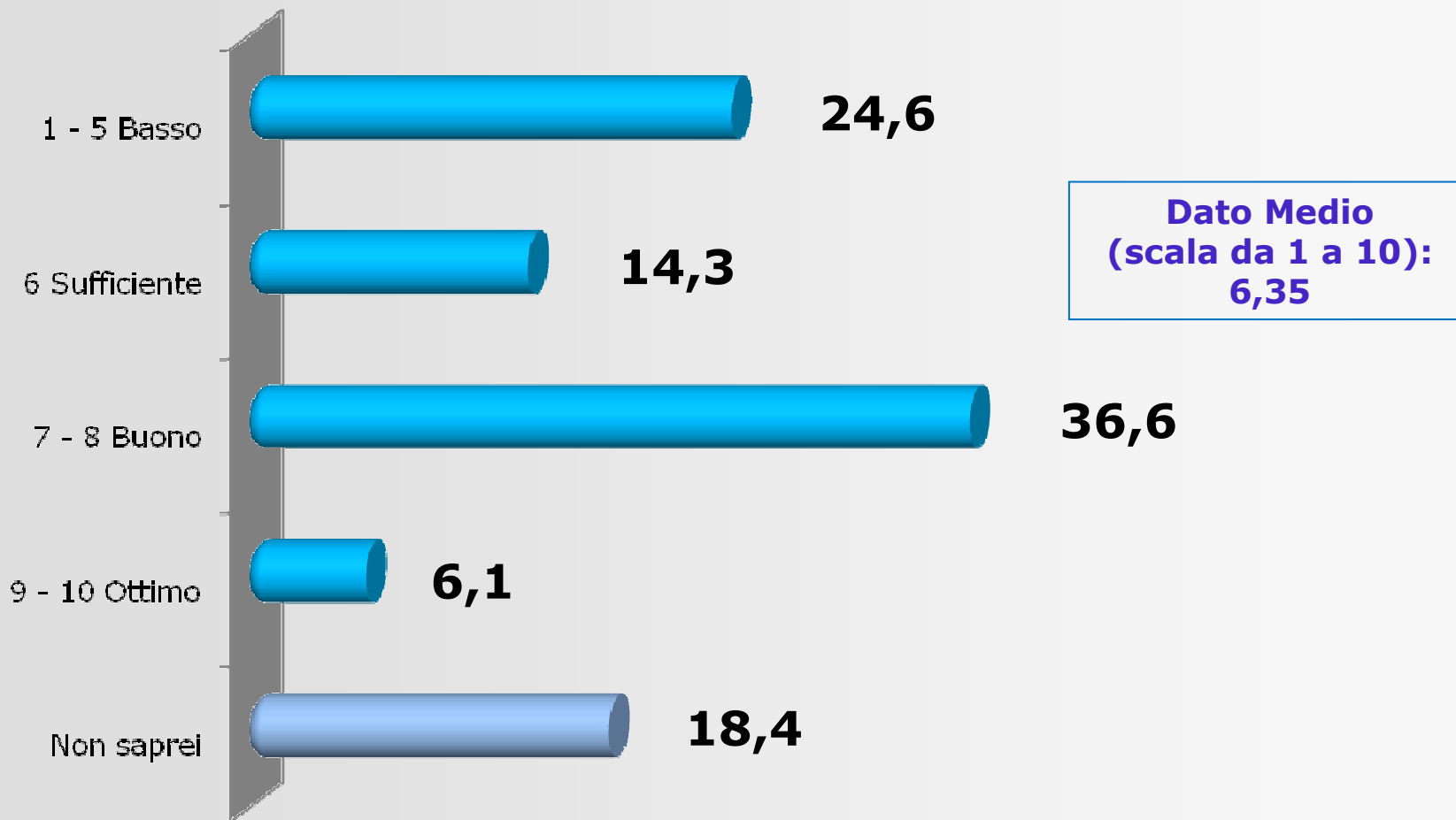


Orientamento della comunicazione digitale verso i mercati esteri

Secondo la Sua opinione, l'attività di comunicazione digitale realizzata in Italia dalla Sua Azienda potrebbe essere utilizzata per espandere un'attività di web marketing anche su mercati esteri?

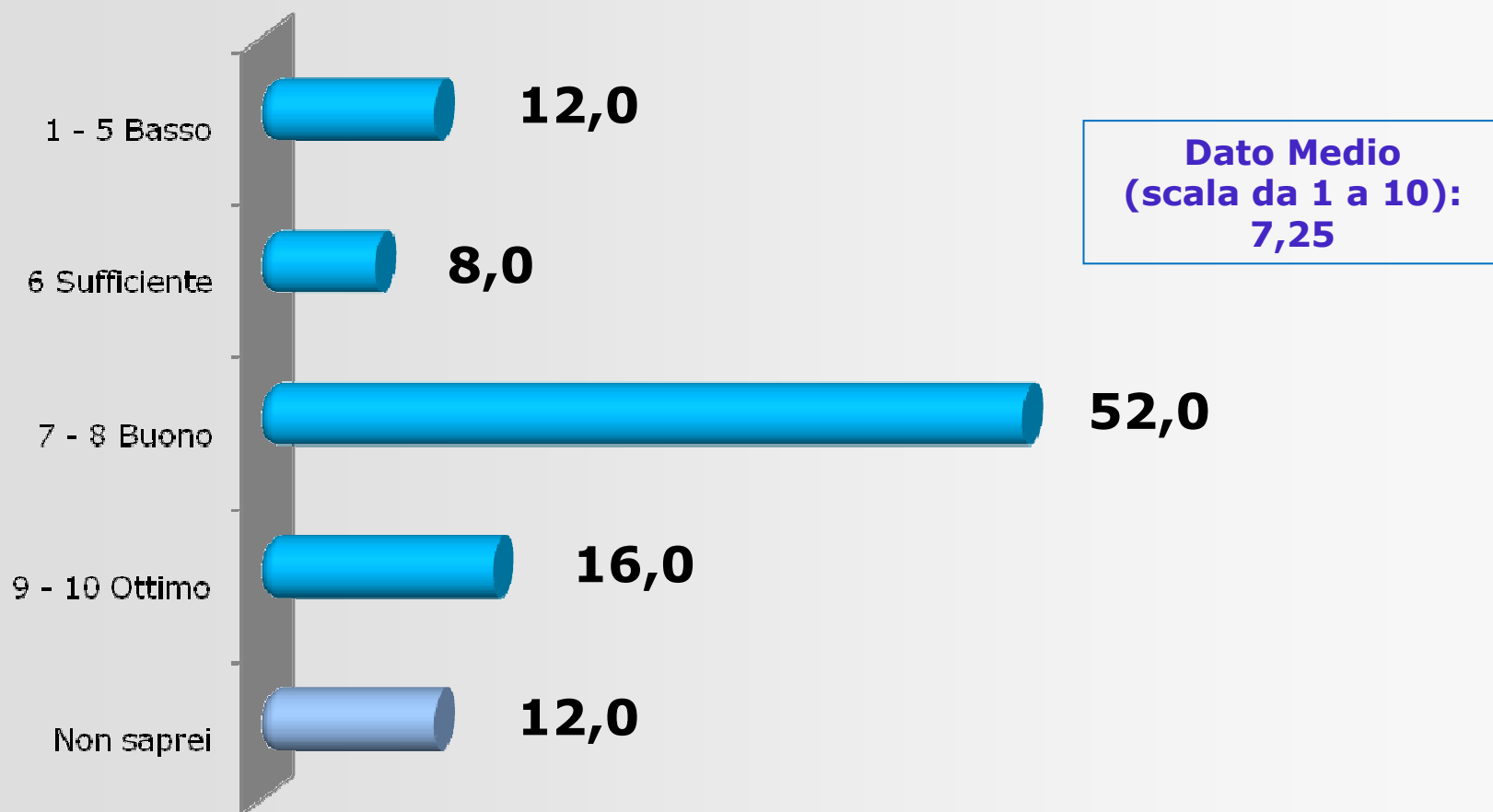


Come valuta il ritorno tangibile ottenuto dell'attività di comunicazione e marketing digitale realizzata dalla Sua Azienda?



La soddisfazione verso consulenti e agenzie

Qual è il suo livello di soddisfazione rispetto al rapporto di collaborazione professionale con i consulenti e/o agenzie preposte alla comunicazione digitale?



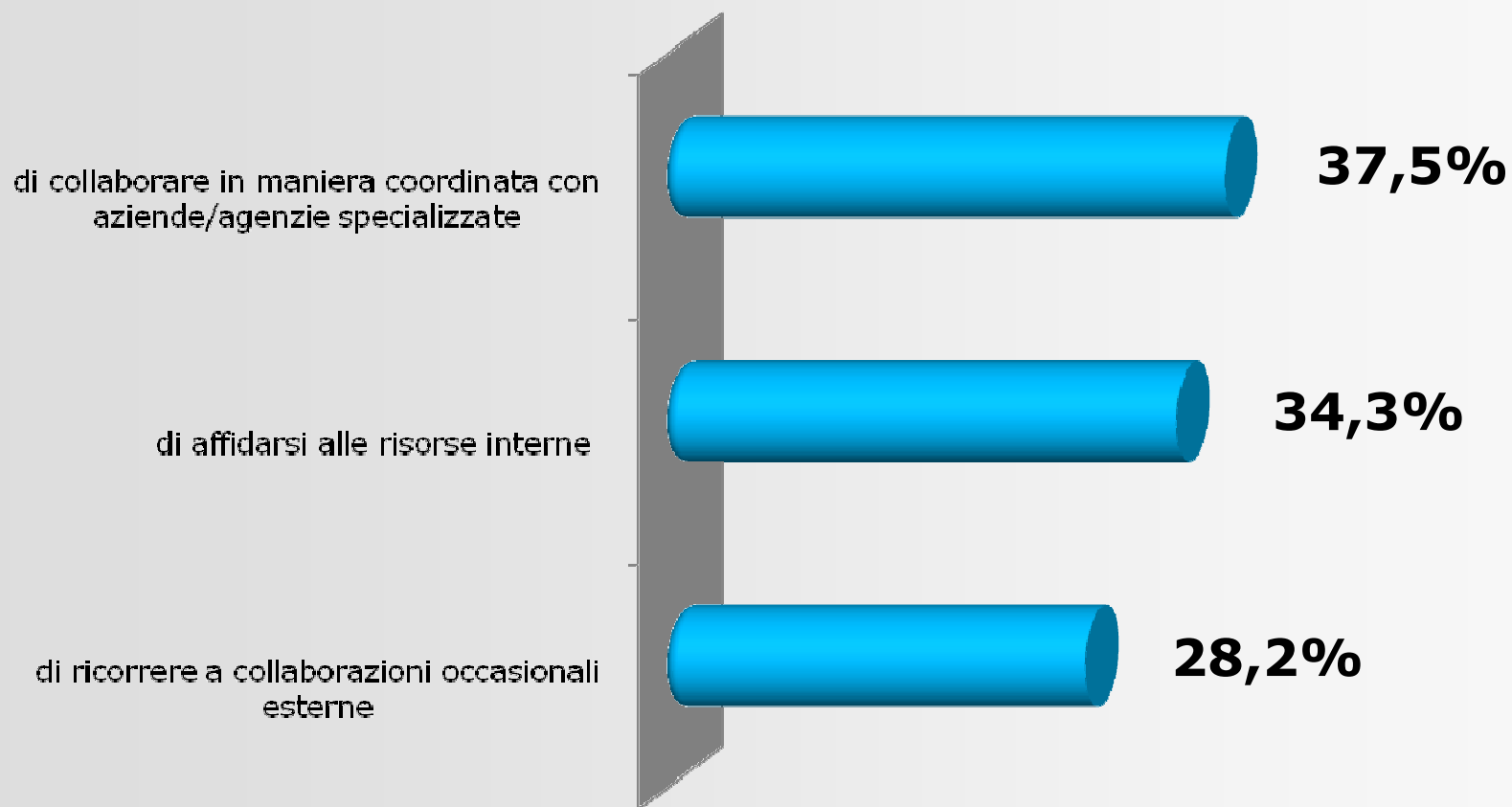
La soddisfazione verso consulenti e agenzie

Qual è il suo livello di soddisfazione rispetto al rapporto di collaborazione professionale con i consulenti e/o agenzie preposte alla comunicazione digitale?

	Friuli Venezia Giulia	Veneto
Basso	9	13
Sufficiente	6	15
Buono	50	56
Ottimo	18	8
Non saprei	17	8

Il futuro del marketing digitale: outsourcing o insourcing

Per eventuali implementazioni future di attività di comunicazione e/o promozione digitale ritiene:



Il futuro del marketing digitale: outsourcing o insourcing

Per eventuali implementazioni future di attività di comunicazione e/o promozione digitale ritiene:

	Friuli Venezia Giulia	Veneto
affidarsi alle risorse interne	32,2	36,4
ricorrere a collaborazioni occasionalmente esterne	27,7	28,4
collaborare in maniera coordinata con aziende/agenzie specializzate	40,1	35,2