

YOURSIGHT

Una ricerca di Engage e Human Highway

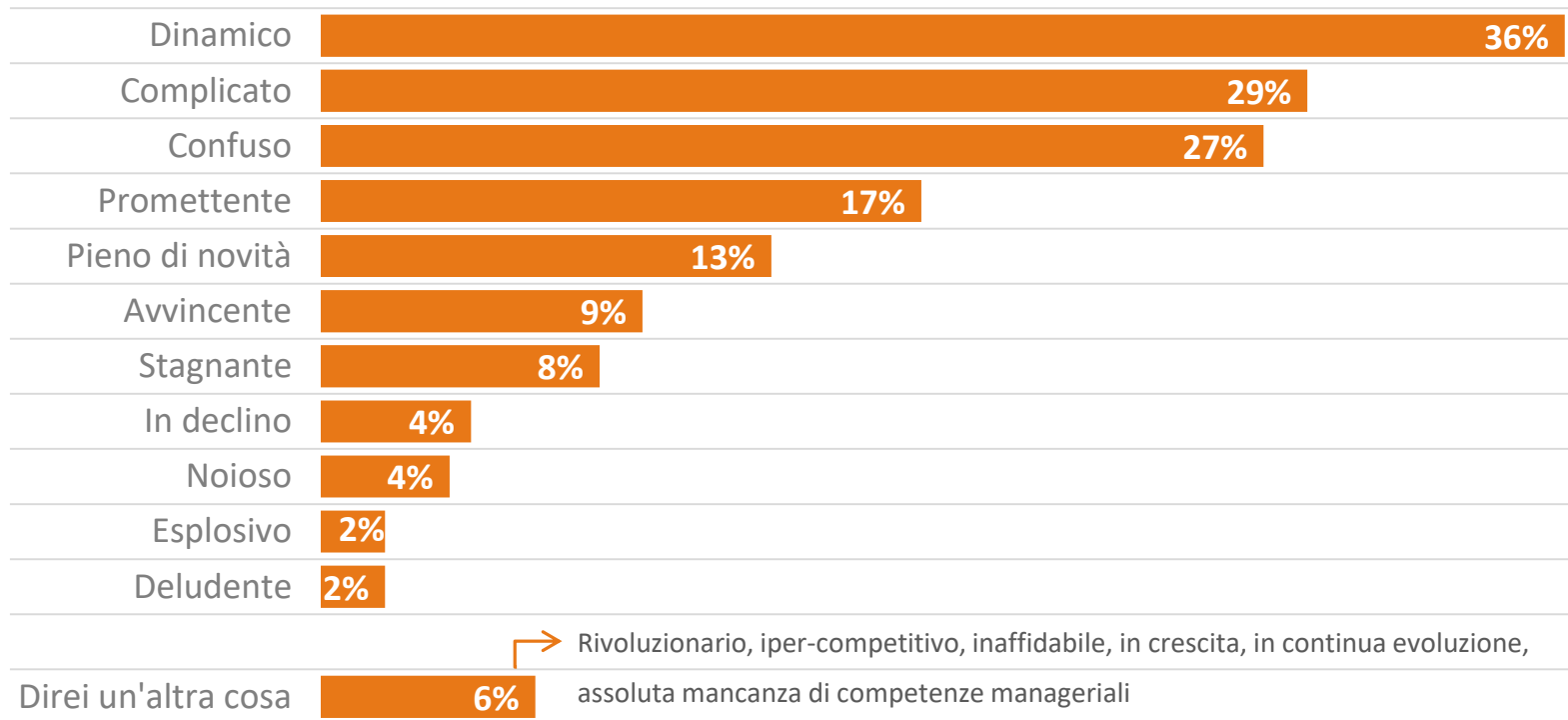
Edizione di ottobre 2017



1

Le parole del momento

Come definiresti l'attuale stato di sviluppo della Rete



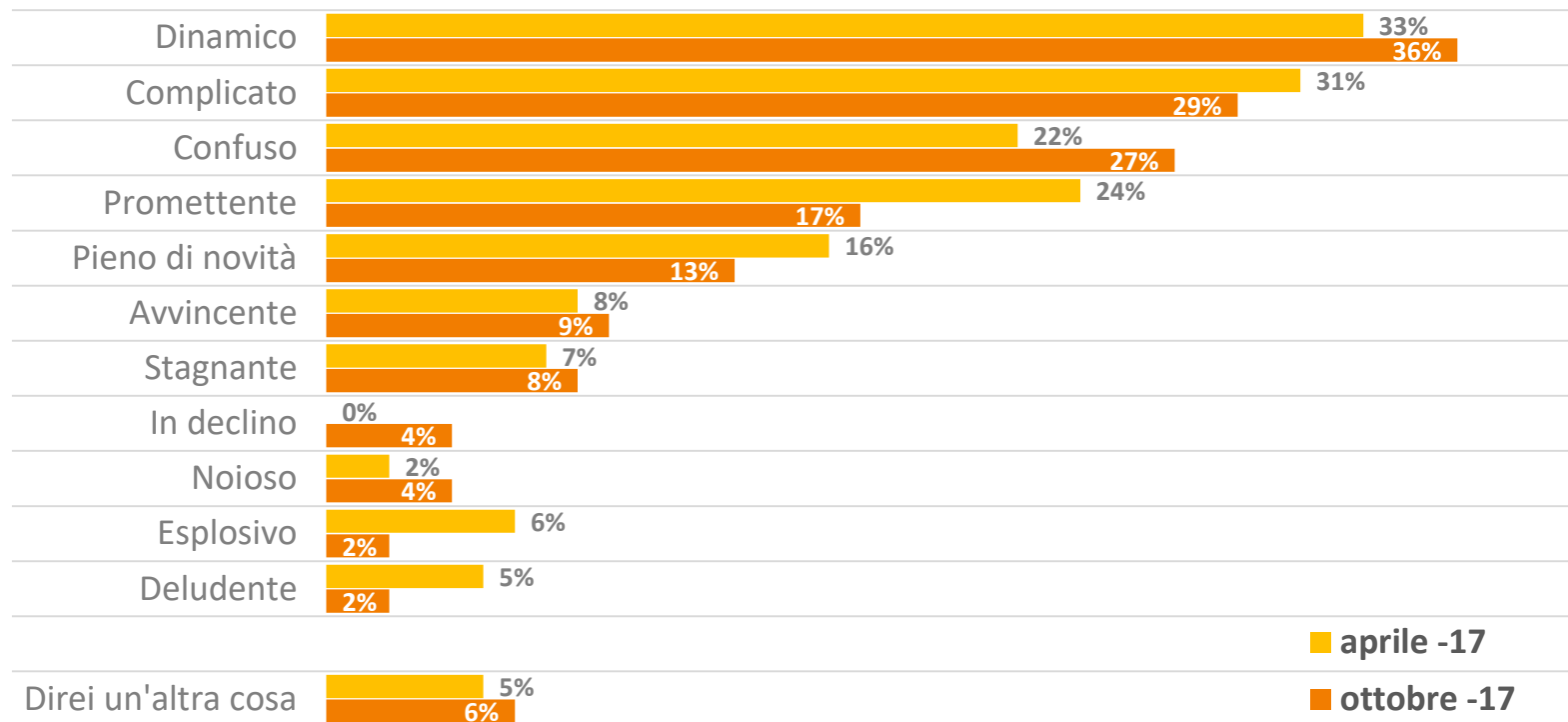
Attraversiamo un momento che la maggior parte del campione definisce «Dinamico», «Complicato» e «Confuso», oltre che «Promettente». Le parole utilizzate hanno significati diversi ma rimandano a una situazione in forte evoluzione.



1

Le parole del momento – Trend

Come definiresti l'attuale stato di sviluppo della Rete



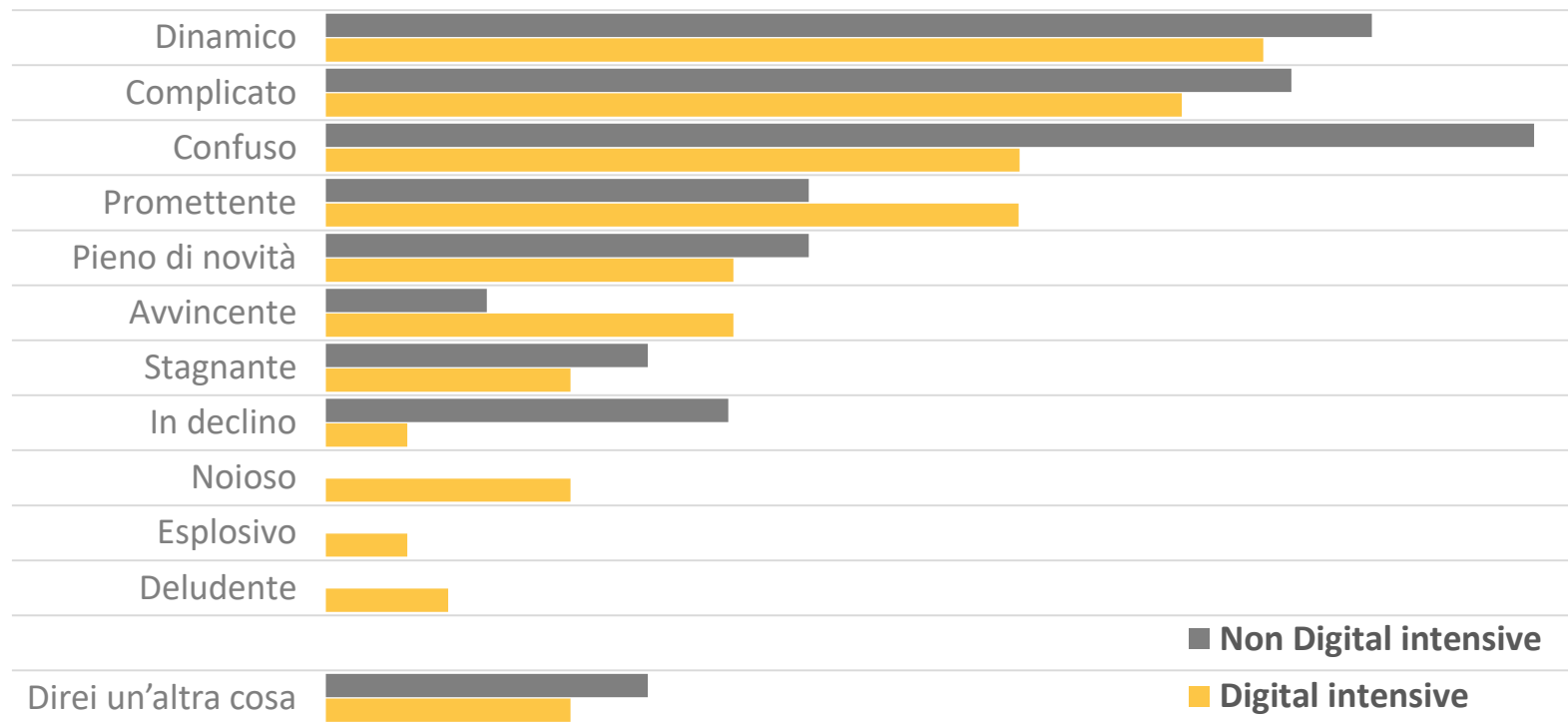
Rispetto a sei mesi fa il momento che stiamo attraversando è segnato da minor l'entusiasmo: meno «Promettente», meno «Pieno di novità» ed «Esplosivo» e più «Confuso» e «In declino».



1

Le parole del momento – Differenza per focus sul digitale

Come definiresti l'attuale stato di sviluppo della Rete



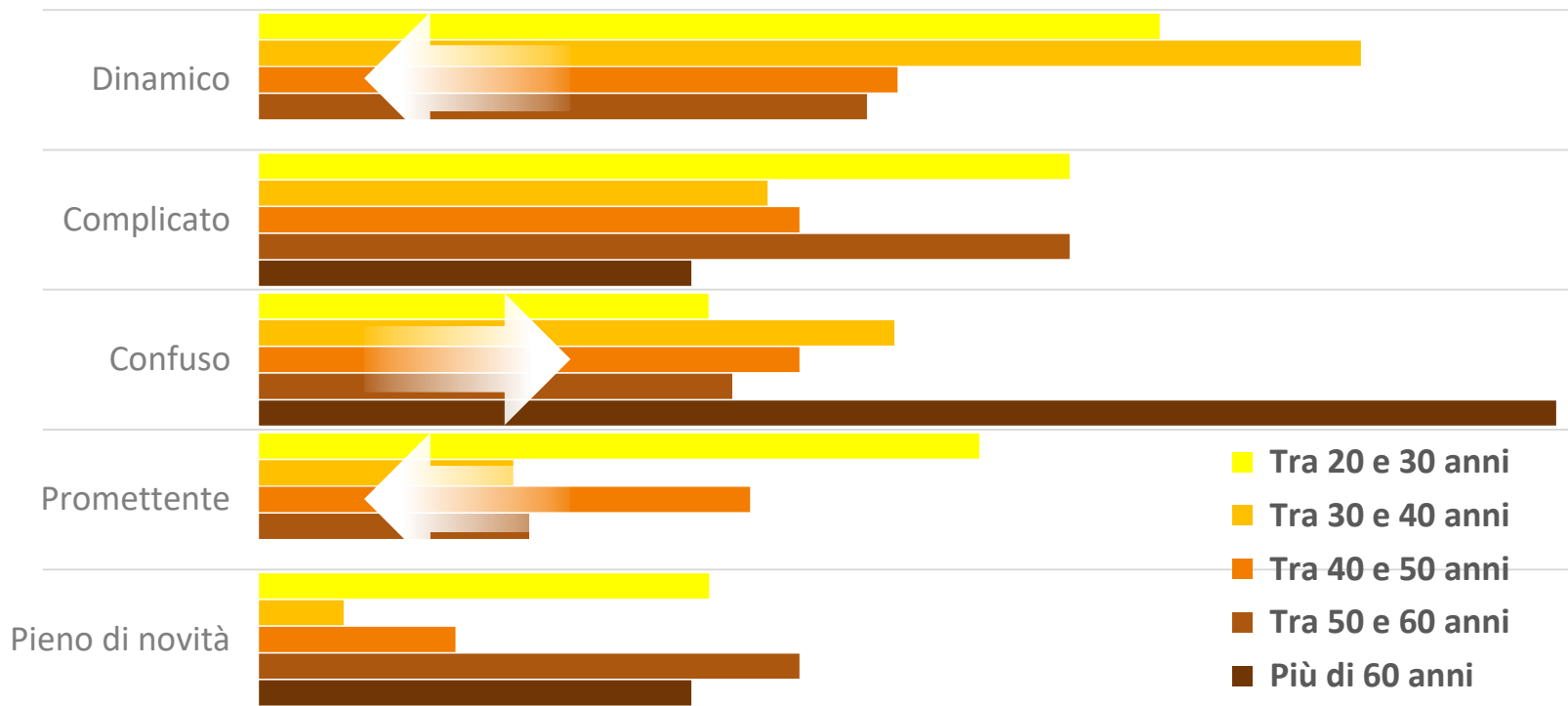
Le persone meno abituate a lavorare sul digitale scelgono più spesso parole come «Complicato», «Confuso» e «In declino». Chi lavora nell'ambiente digitale ritiene, invece, che il momento sia «Promettente» e «Avvincente» anche se non mancano i delusi e gli annoiati.



1

Le parole del momento – Differenza per età

Come definiresti l'attuale stato di sviluppo della Rete

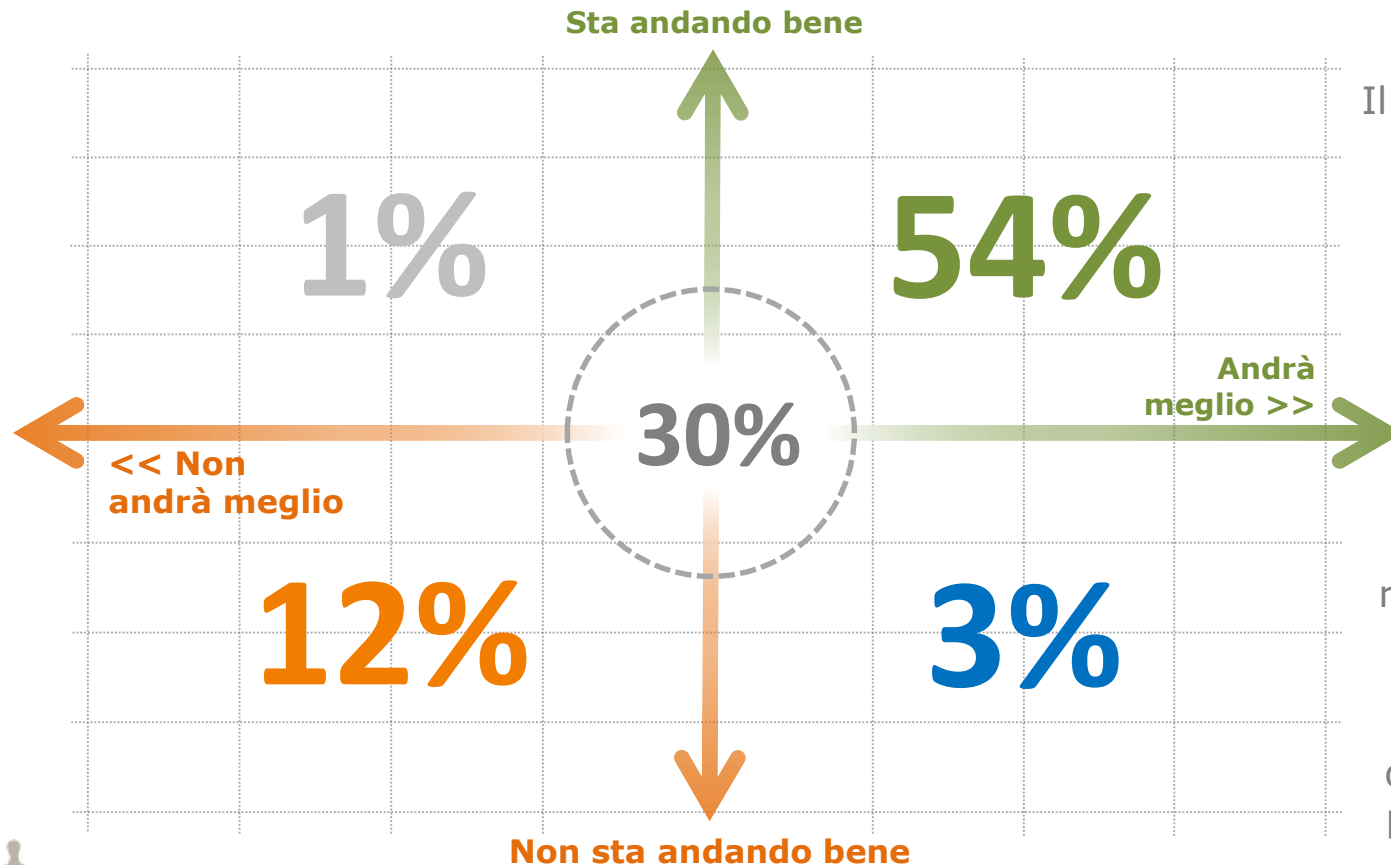


«Dinamico» e «Promettente» sono le due parole d'ordine dei più giovani. Tra i meno giovani prevale la sensazione di «Confusione» ma si notano anche «Pieno di novità»

1

La dinamica del Business

Come va e come andrà



Il piano del business prodotto dai due assi: come va oggi (cresce, è stabile o cala) e come prevedi che vada nel prossimo anno.

Il quadrante più dinamico è quello più affollato di risposte: il 54% del campione segnala una situazione positiva con attesa di ulteriore crescita per l'anno in corso.

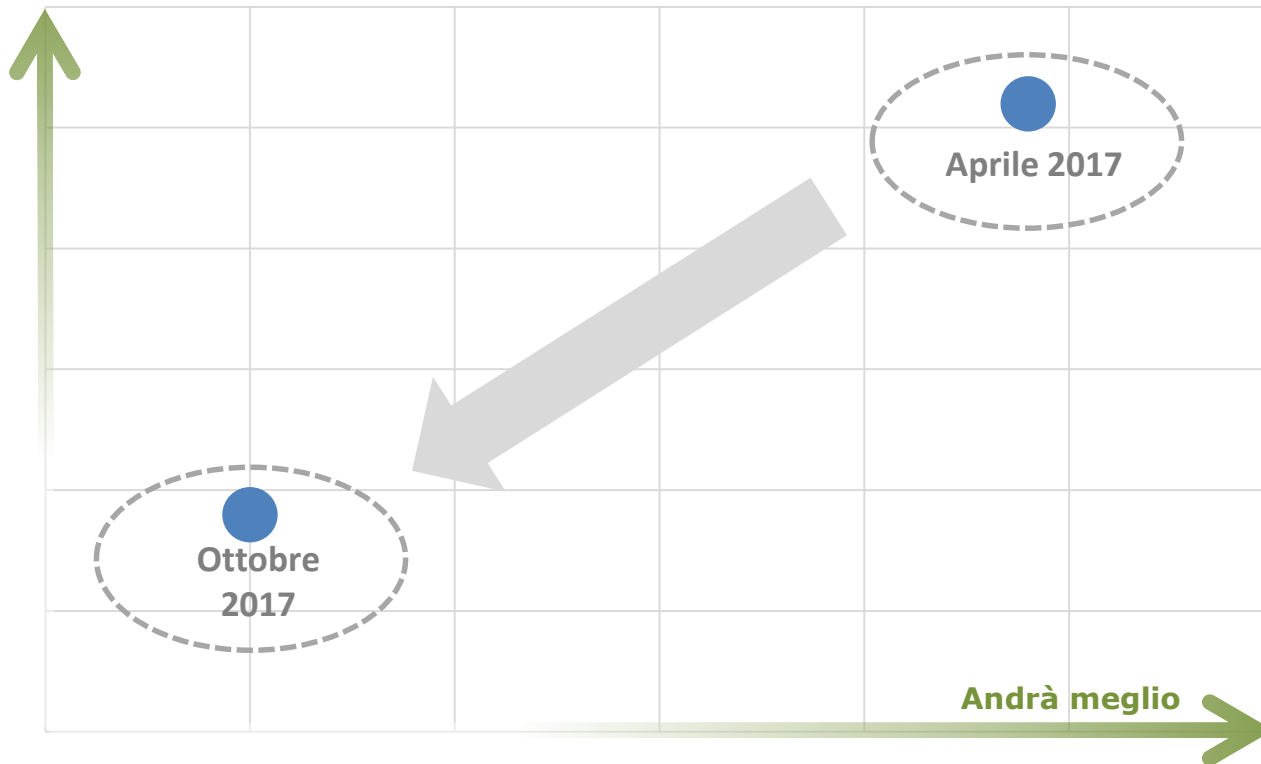


1

La dinamica del Business

Come va e come andrà - Trend

Sta andando bene



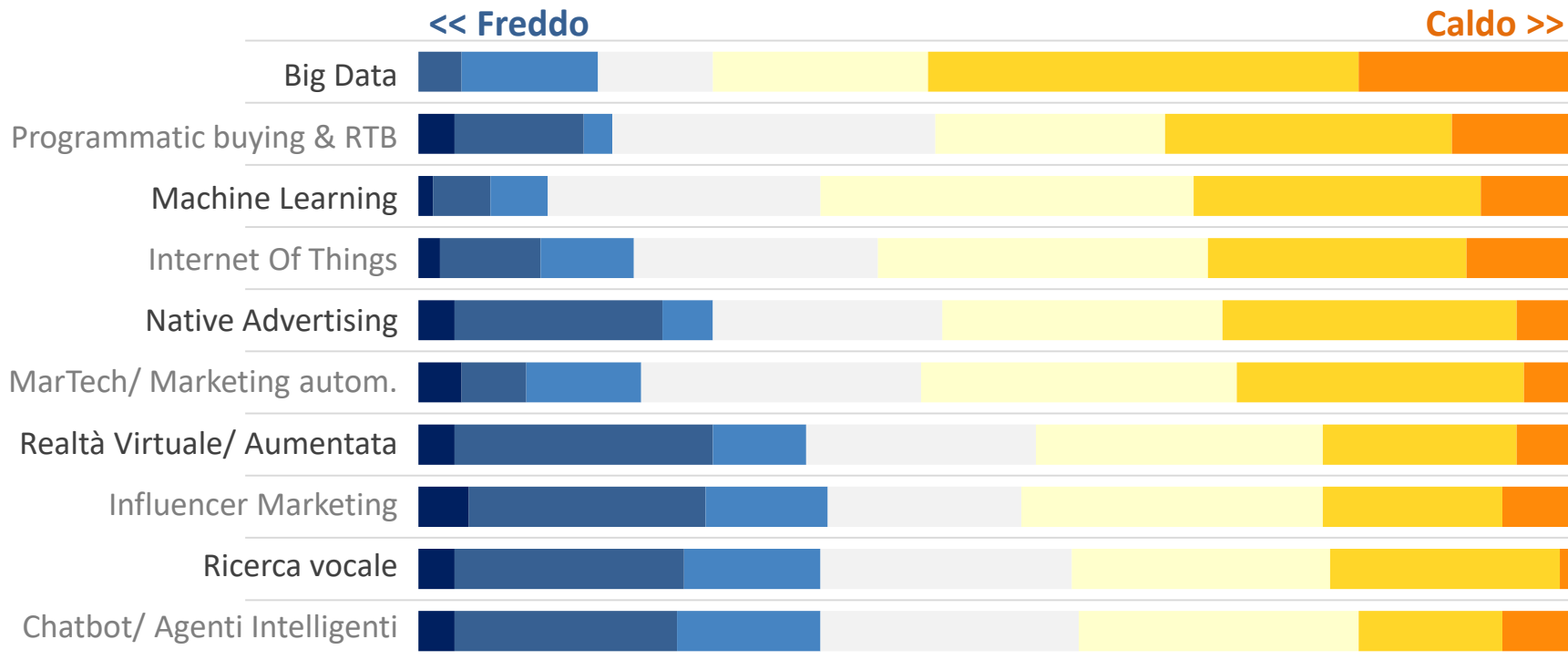
La rilevazione di ottobre è nel complesso meno positiva di quella di primavera, su entrambi gli assi, pur rimanendo ottimista e orientata al miglioramento per l'anno prossimo.

Rispetto alla situazione di aprile 2017, aumenta in modo significativo il segmento di aziende in difficoltà e con una previsione di peggioramento per il 2017 (dal 5% al 12%)



I trend in ambito comunicazione digitale da qui a un anno

Tra un anno questi temi saranno...



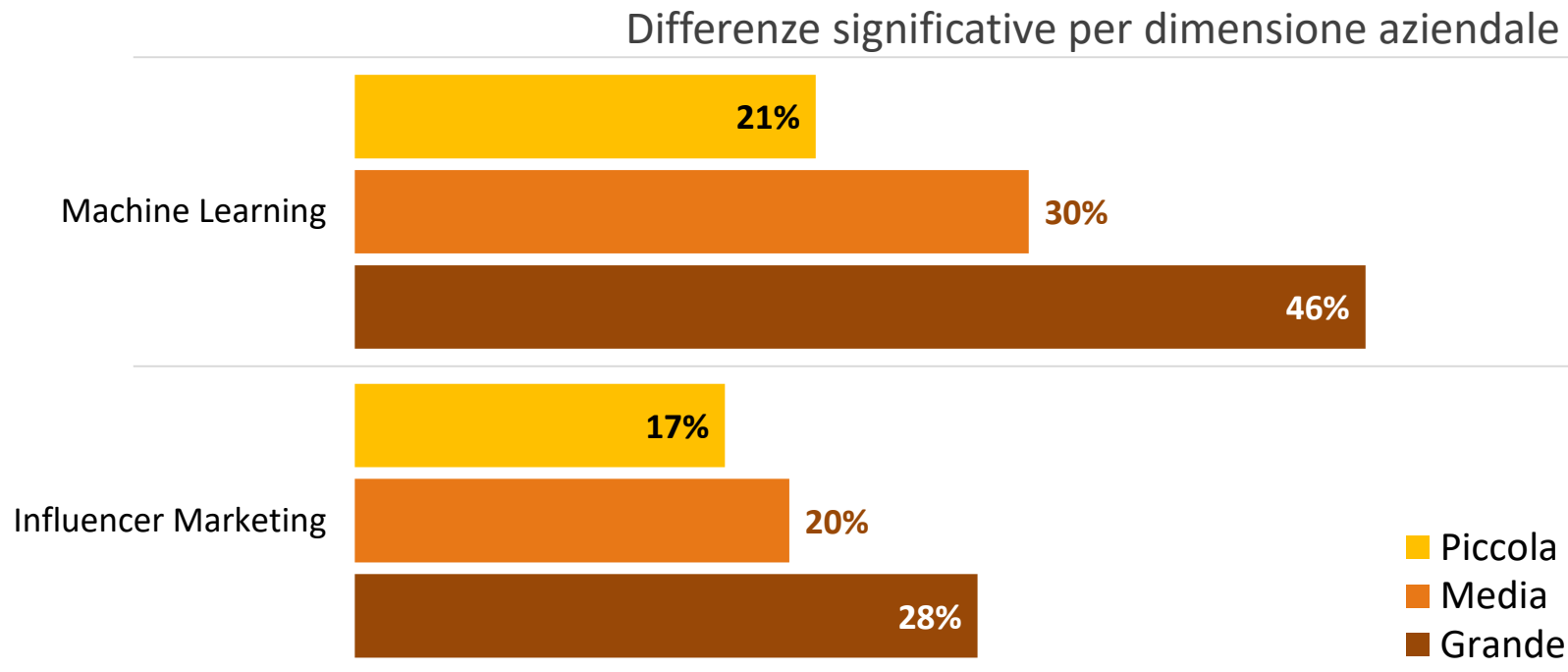
Distribuzione delle valutazioni su alcuni aspetti di sviluppo legate ai grandi temi del marketing e della comunicazione digitale, in risposta alla domanda sulla diffusione attesa da qui a un anno. Da alcuni temi come i Big Data, Programmatic e Machine Learning ci si attende un importante sviluppo.



2

Attesa di sviluppo in funzione della dimensione dell'azienda

Tra un anno questi temi saranno...



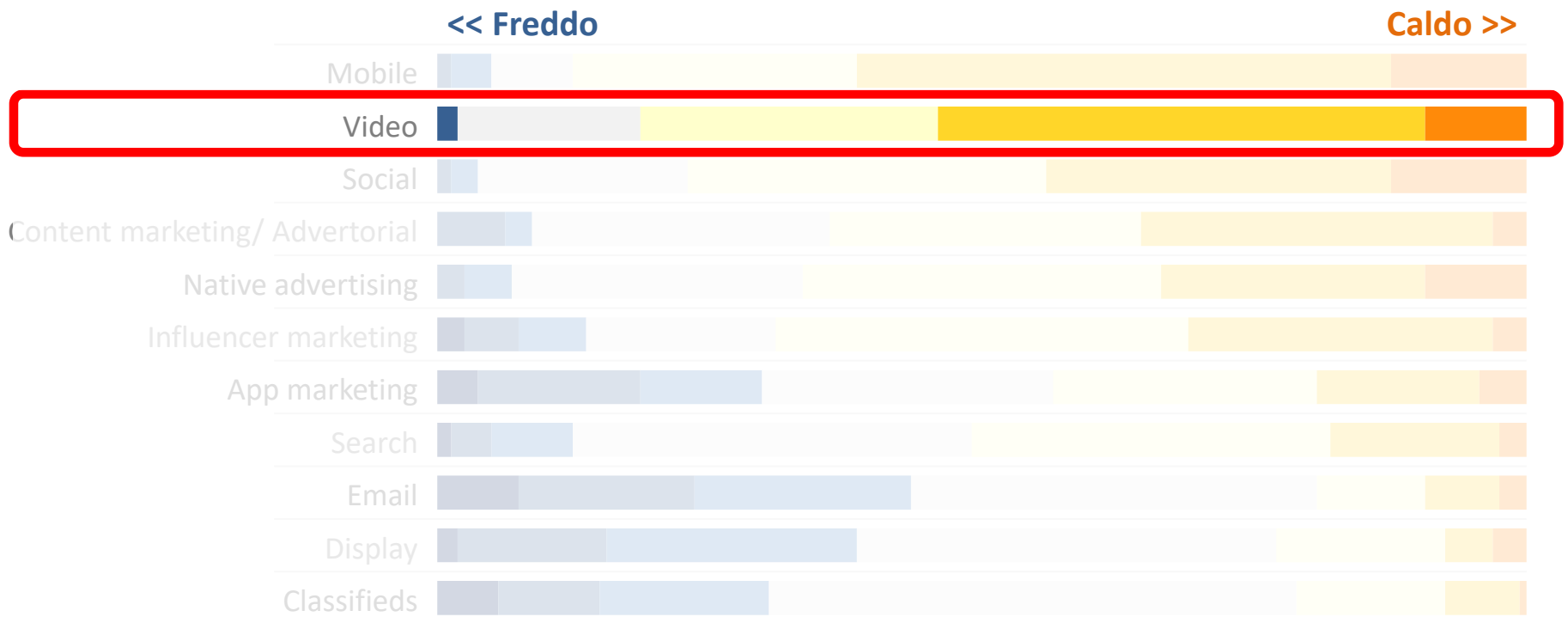
I due temi mostrati nel grafico sono quelli che riscuotono un interesse crescente al crescere della dimensione dell'azienda.



2

Lo sviluppo di soluzioni pubblicitarie online da qui a un anno

Tra un anno queste soluzioni saranno...



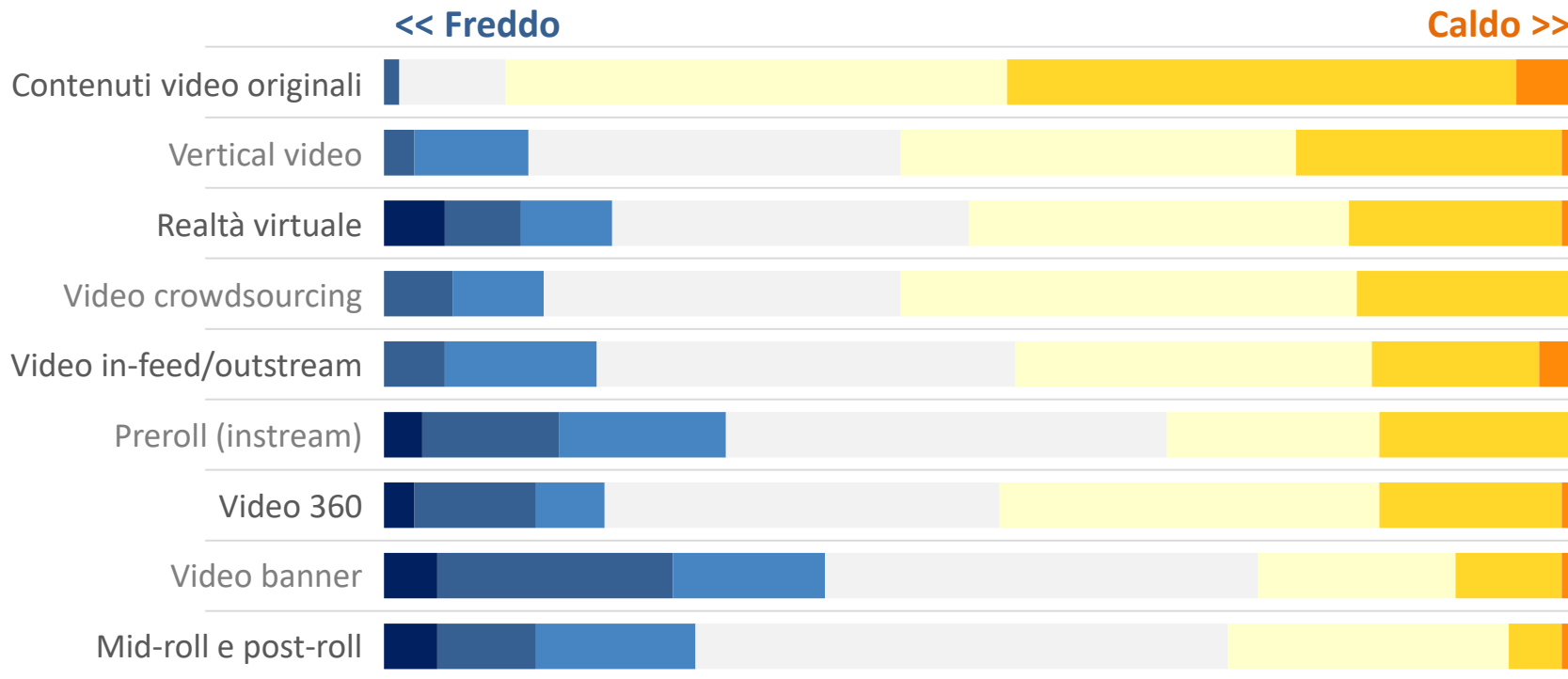
Distribuzione delle valutazioni su alcuni aspetti di sviluppo legati alle soluzioni pubblicitarie, in risposta alla domanda sulla diffusione attesa da qui a un anno. In forte crescita mobile, video e social mentre alcuni formati hanno perso interesse in un ampio segmento di professionisti del settore.



2

L'evoluzione della Video Advertising da qui a un anno

I trending topic del settore



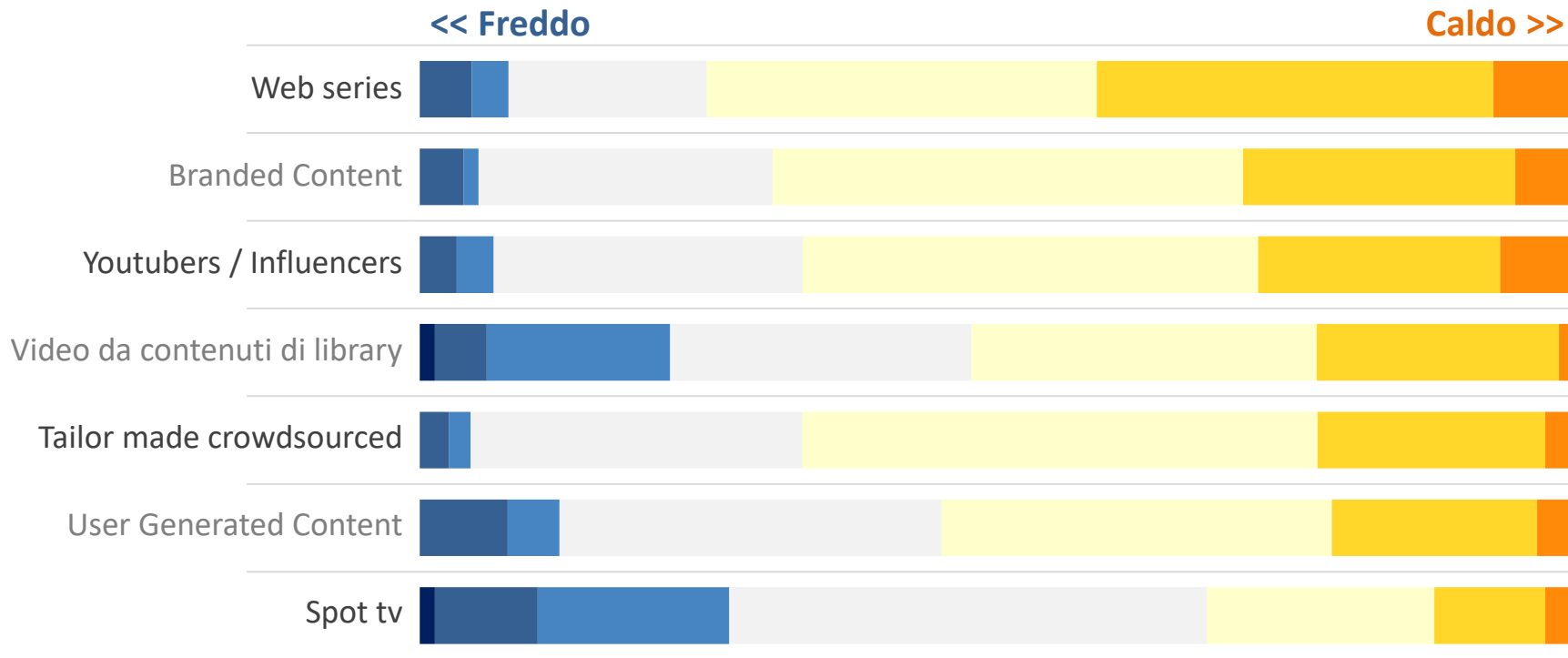
Distribuzione delle valutazioni su alcuni aspetti di sviluppo legate ai video advertising, in risposta alla domanda sulla diffusione attesa da qui a un anno. In forte crescita Contenuti video creati per l'online, Vertical video e realtà virtuale mentre i formati in fondo alla lista non riscuotono (più) interesse.



2

Le fonti di contenuti per il video adv da qui a un anno

Tra un anno queste fonti saranno...



Distribuzione delle valutazioni sulle fonti di contenuti per il video advertising, in risposta alla domanda sulla diffusione attesa da qui a un anno. Previsti in forte crescita Web series, Branded content, influencer.



Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale

I due principali ostacoli presenti nello scenario italiano



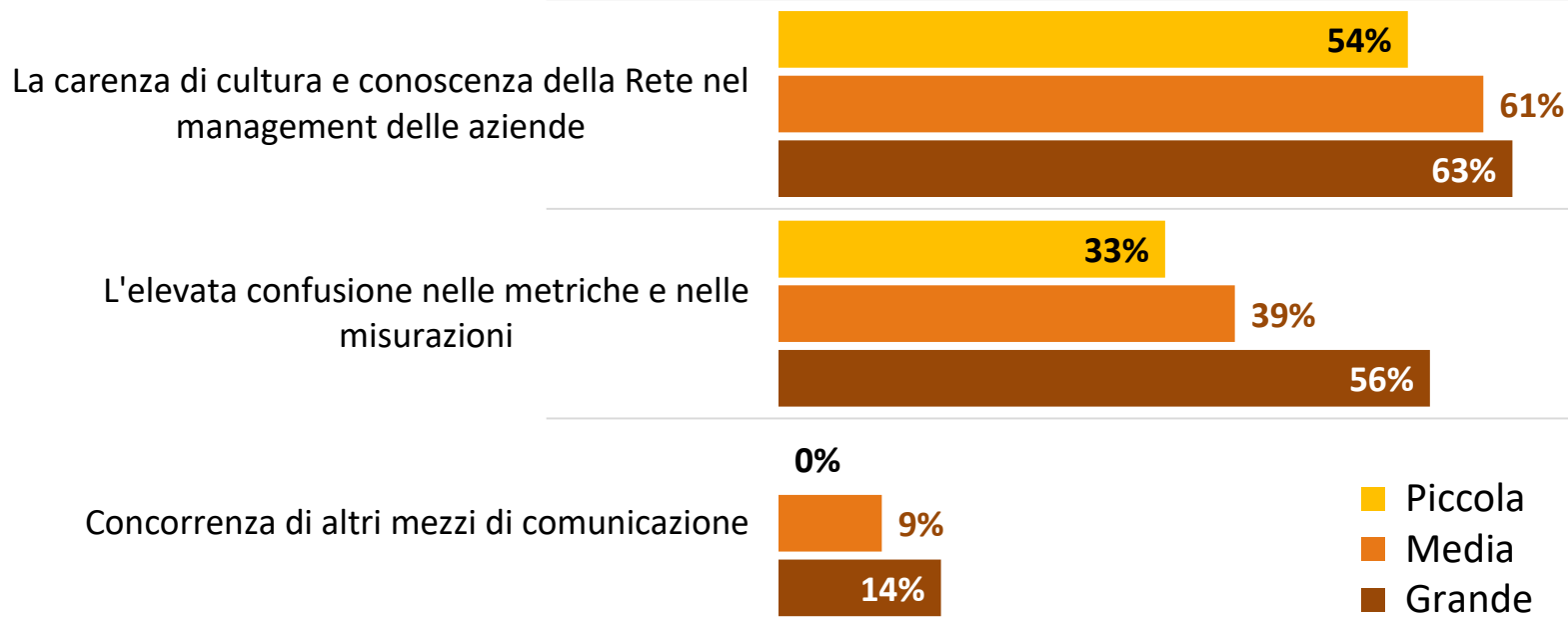
Scarsa cultura digitale e confusione nelle metriche e nelle misurazioni delle attività di marketing digitale: sono questi i due inibitori principali e prevalgono in modo netto sugli altri 12 proposti ai rispondenti, con un'incidenza simile a quella rilevata ad aprile 2017



Gli inibitori allo sviluppo del marketing digitale

Confronto delle valutazioni

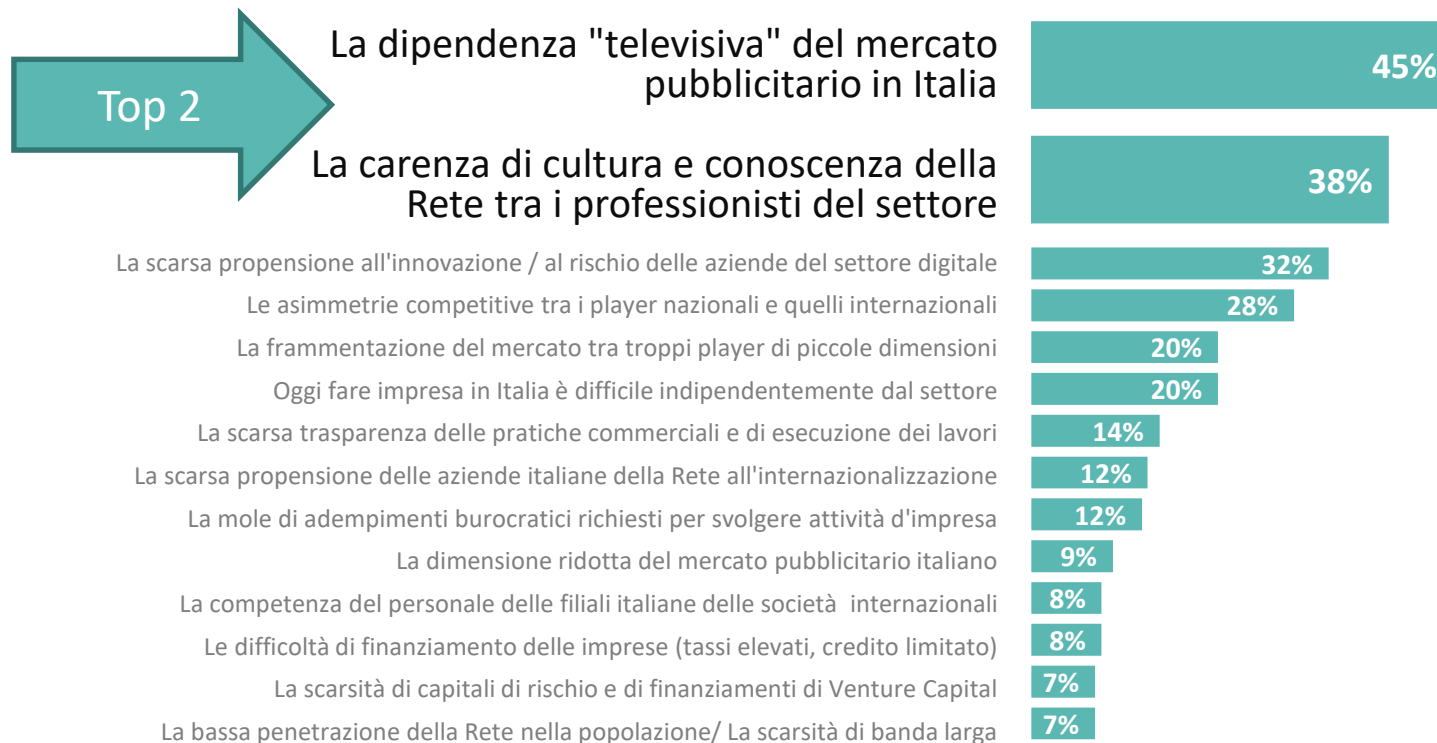
Differenze significative per dimensione aziendale



I tre inibitori mostrati nel grafico sono quelli che crescono di più al crescere della dimensione aziendale.

Le peculiarità nazionali che inibiscono lo sviluppo del digitale

I due principali ostacoli tipici dello scenario italiano rispetto all'estero



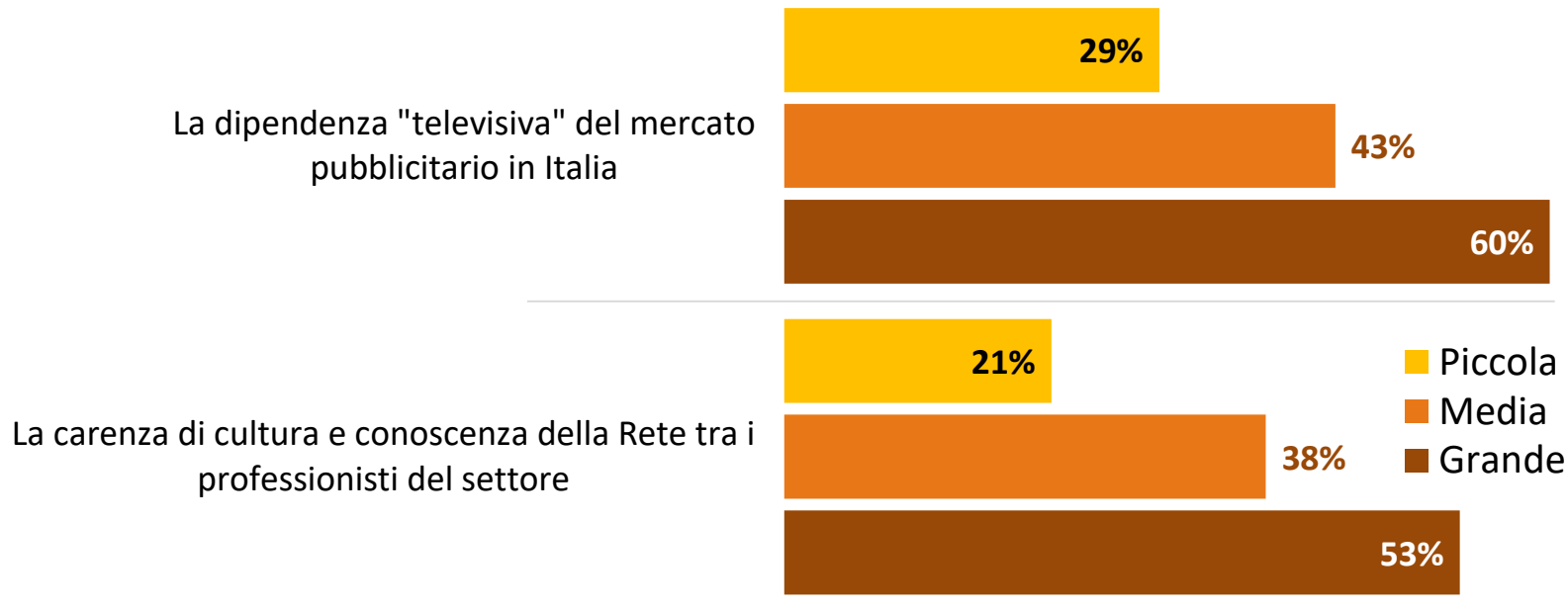
La dipendenza televisiva dell'industria della comunicazione italiana e la scarsa cultura digitale: sono questi i due inibitori principali e prevalgono sugli altri 12 proposti ai rispondenti, anche se con ordine invertito rispetto alla rilevazione di aprile 2017



Le peculiarità nazionali che inibiscono lo sviluppo del digitale

Confronto delle valutazioni

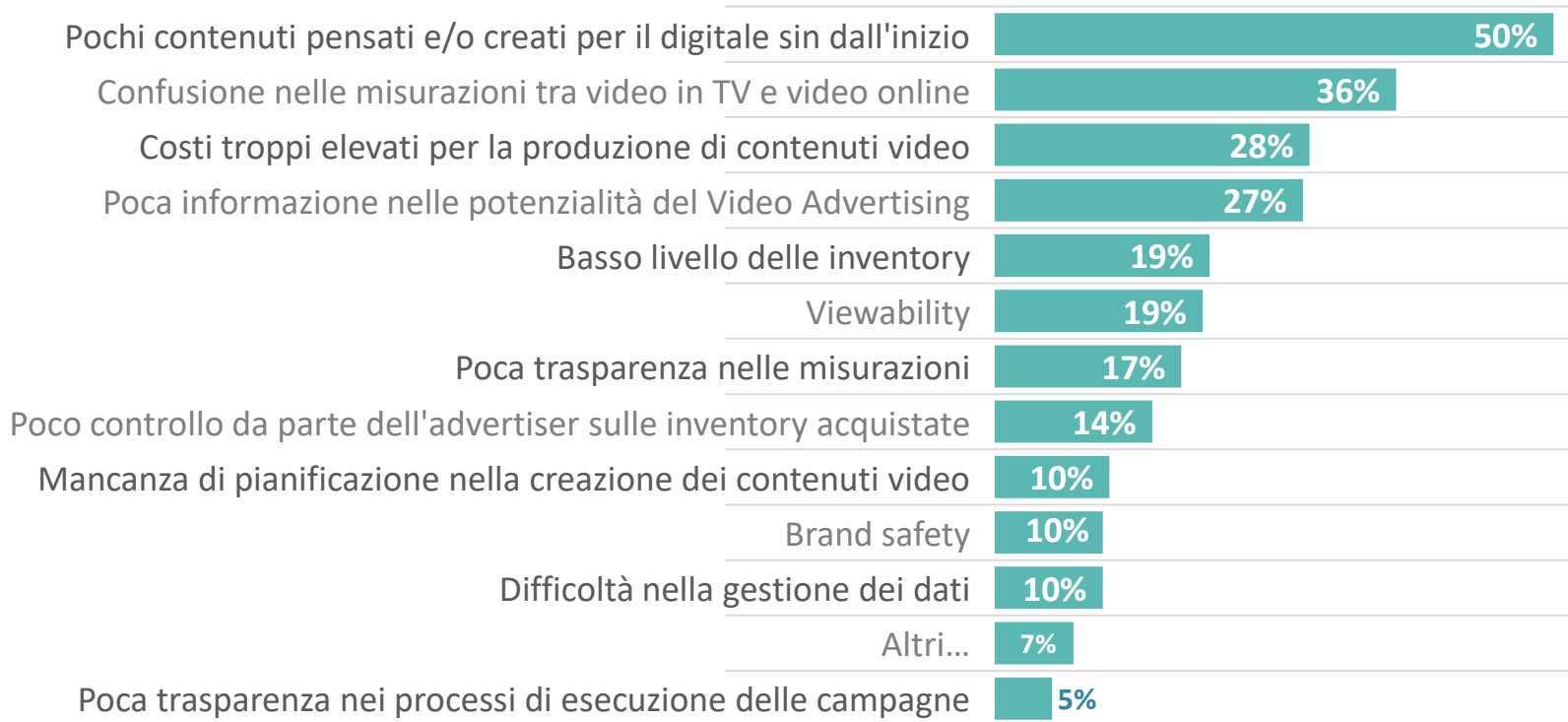
Differenze significative per dimensione aziendale



I due inibitori mostrati nel grafico sono quelli che crescono di più al crescere della dimensione aziendale.

Gli inibitori allo sviluppo della Video Advertising

Ranking degli ostacoli presenti nello scenario italiano



Gli inibitori della Video Advertising sono prodotti dalla mancanza di contenuti creati per il digitale, la confusione nelle misurazioni tra video TV e online e i costi elevati per la creazione di contenuti video.

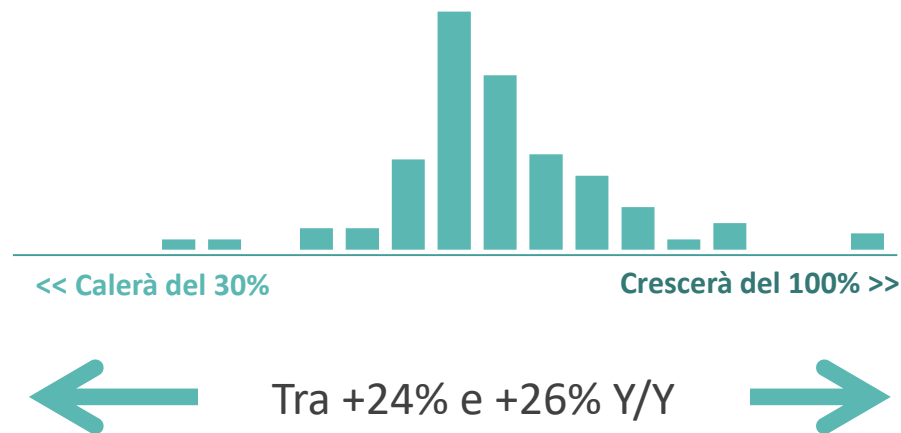


4

Stima della crescita del Video adv in Italia nel 2017 vs 2016

La previsione dei professionisti del settore

**+ 25% nel 2017
rispetto al 2016**



Le stime dei professionisti per diversa industry (domanda, offerta e intermediari) sono sostanzialmente uguali (si discostano di 1 punto percentuale) rispetto al dato medio del 25%: c'è quindi una notevole uniformità di vedute tra i diversi operatori del settore.





Grazie dell'attenzione

Ci vediamo alla prossima edizione di Yoursight

Ti aspettiamo la prossima primavera su

www.yoursight.it

