

Iscriviti alla **NEWSLETTER**
di Pubblicità Italia
[clicca qui](#)

ISCRIVI LA TUA CAMPAGNA DIGITAL SU WWW.IABMIXX.IT
E PARTECIPA ALLA PRIMA EDIZIONE DI IAB MIXX

iab.
mixx

CERCA [NEL SITO](#) [TRA LE AGENZIE](#) Venerdì, 11 Novembre 2011

Pubblicità ITALIA	Creatività & Marketing	Sponsorizzazioni	Direct marketing
	Media e Multimedia	Campagne e Spot	R.P.
	Fatti e Persone	Aziende	Eventi
	Formazione e Cultura	Promozione	Ricerche
		Produzione	Gare
		Packaging & Design	Agenzie
			Partnership

RUBRICHE
Editoriale
Ascolti
IAB Forum 2011
Agenda

AGENDA
DATI E RICERCHE
I GRAND PRIX
THE GUIDE
ABBONAMENTI

Home | [Creatività & Marketing](#) | [Eventi](#) | Yahoo! main sponsor dell'Osservatorio Multicanalità 2011

NEWS

■ [Creatività & Marketing](#) | [Eventi](#)
10/11/2011

[RACCOMANDA](#)



Yahoo! main sponsor dell'Osservatorio Multicanalità 2011

La ricerca è condotta da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano

Sito Aziendale Gratis Indirizzo Web e Siti Gratuiti per la tua Impresa Offerti da Google. www.tam.tampresaoonline.it

1° regola del marketing Scopri come ottenere più clienti. Rispettando una semplice regola. www.AcquistireClic.it

Grandi Offerte Groupon Risparmia fino al 70% con Groupon Iscriviti gratis alla Newsletter! www.GROUPON.IT/Italia



Annunci Google

'La multicanalità genera sviluppo?': è questo il filo conduttore della ricerca dell'Osservatorio Multicanalità 2011 condotta da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano, che quest'anno ritrova un importante main sponsor, Yahoo!. Parlando di multicanalità la mission di Yahoo! è connettere le persone a ciò che più conta per loro, ovunque si trovino e da qualsiasi device. Quella degli 'screen', delle 'app', degli 'online store' sta diventando una sfida importante non solo per chi è digitale ma anche per le aziende tradizionali ed i retail 'fisici' che nelle nuove tecnologie stanno investendo sempre di più in un'ottica di multicanalità intesa come multiplatforma di vendita. Yahoo! da 16 anni studia ed investe nella ricerca per anticipare i trend ed offrire ai propri clienti servizi e soluzioni all'avanguardia e tecnologie proprietarie quali il Direct Response, la Search e il Behavioural targeting, strumenti utili non solo alla comunicazione dei prodotti, ma anche e soprattutto a generare relazione marca/utente e vendere, sia online sia offline. La ricerca condotta dall' 'Osservatorio Multicanalità 2011' contribuirà ad accrescere la consapevolezza delle aziende operanti in Italia sull'importanza della comunicazione online spingendo ad una maggiore coscienza del mezzo portando i manager ad azioni di marketing creative e integrate per coinvolgere i consumatori, di fatto, multicanale, più delle aziende stesse. L'appuntamento con la presentazione dei risultati dell' 'Osservatorio Multicanalità 2011 - La Multicanalità genera sviluppo?' è per il 15 dicembre al Politecnico di Milano, Campus Bovisa.

