

presso lo S

TEGORIA

li

ioni

logia

utica

ZIONALI



Seat Pagine Gialle associate sponsor dell'Osservatorio Multicanalità

Mercoledì 23 Novembre 2011

Anche per la sua quinta edizione l'Osservatorio Multicanalità, il progetto di ricerca sul consumo multicanale condotto da Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico Milano, può contare sul sostegno di Seat Pagine Gialle,

sponsor storico che ha creduto nel progetto sin dalla sua nascita nel 2007. Da oltre 80 anni Seat Pagine Gialle propone servizi di marketing e di informazione, strumenti di reperibilità e di comunicazione. Una leadership costruita su un marchio conosciuto da tutti gli italiani, su una tecnologia e un'offerta in costante evoluzione e su un presidio del territorio italiano con un network di 100 agenzie multimediali, i Web Point. Già da diversi anni il Gruppo ha intuito le potenzialità della multicanalità. Ai tradizionali servizi di visibilità - che offrono a decine di milioni di utenti, attraverso una grande piattaforma multimediale, informazioni dettagliate e sofisticati strumenti di ricerca e, ai propri inserzionisti, un'ampia offerta di mezzi pubblicitari multipiattaforma ("carta-telefono-internet-mobile") - Seat Pagine Gialle affianca infatti innovativi servizi di web marketing che comprendono la costruzione di siti internet, la creazione di contenuti multimediali, le attività inerenti la visibilità nel Web, l'offerta di servizi di e-commerce, di info-commerce e di couponing, oltre a un'ampia gamma di strumenti complementari di comunicazione pubblicitaria. "I 365 milioni di visite effettuate nell'ultimo anno sul nostro universo internet, provenienti sia da web che da mobile, - afferma Antonio Macrillò, direttore Customer Business Unit PMI & Local di Seat PG - dimostrano quanto i nostri servizi online e più in generale la Rete, siano diventati mezzi fondamentali per un'ampia fascia di popolazione per reperire le informazioni funzionali ad un processo d'acquisto." "A fronte di una utenza così attiva, così multicanale - prosegue Macrillò - SeatPG offre agli operatori economici la possibilità di essere realmente multimediali, in modo semplice e competitivo, attraverso website e mobile site, servizi di e-commerce e web marketing, tramite la gestione di pagine sui social network fino ad arrivare ad un'offerta di couponing fortemente innovativa. Per avvicinare al web piccole e piccolissime imprese abbiamo inoltre lanciato, in collaborazione con Google, Register.it e Poste Italiane, l'iniziativa La Mia Impresa Online.it, che in soli sei mesi ha fatto sbarcare in rete 27mila aziende". "Seat PG - conclude Macrillò - si pone l'obiettivo di supportare gli operatori economici a promuovere la loro visibilità attraverso i canali utilizzati dai consumatori, mettendo a loro disposizione prodotti e servizi innovativi ed una rete di Web Agency che copre l'intero territorio italiano. L'iniziativa dell'Osservatorio Multicanalità è uno strumento utile per approfondire i repentini cambiamenti di fruizione dei mezzi di comunicazione da parte dei consumatori, per farli propri e per saper rispondere in modo rapido ed adeguato alle nuove esigenze del mercato". L'appuntamento con la presentazione dei risultati dell'Osservatorio Multicanalità 2011 - La Multicanalità genera sviluppo? è per il 15 dicembre ore 9.30 al Politecnico di Milano, Campus Bovisa. Iscrizioni aperte e informazioni sempre aggiornate su www.multicanalita.it

Succ. >

cerca...

Settimana 15

I PIU' LETTI

Le low cost punta

Torna l'UBI Interna

UBI Comunità: cre
l'economia sociale

Armani: nuova ve
Armani/Chater ho
Kong

Ford al Motor Sho
futuro, ambiente, t
sportività

Microsoft Lync ap
piattaforma BT: ur
"collaborazione" p
competitività delle

Edenred: expendi
aggiudica il quid in
award 2011

Microsoft Dynamic
campo le più gran
livello mondiale

Ingenico: trasform
smartphone in ver
terminali di pagam
certificati



150° UNITA' D'I

