



Real, Live, Digital Marketing

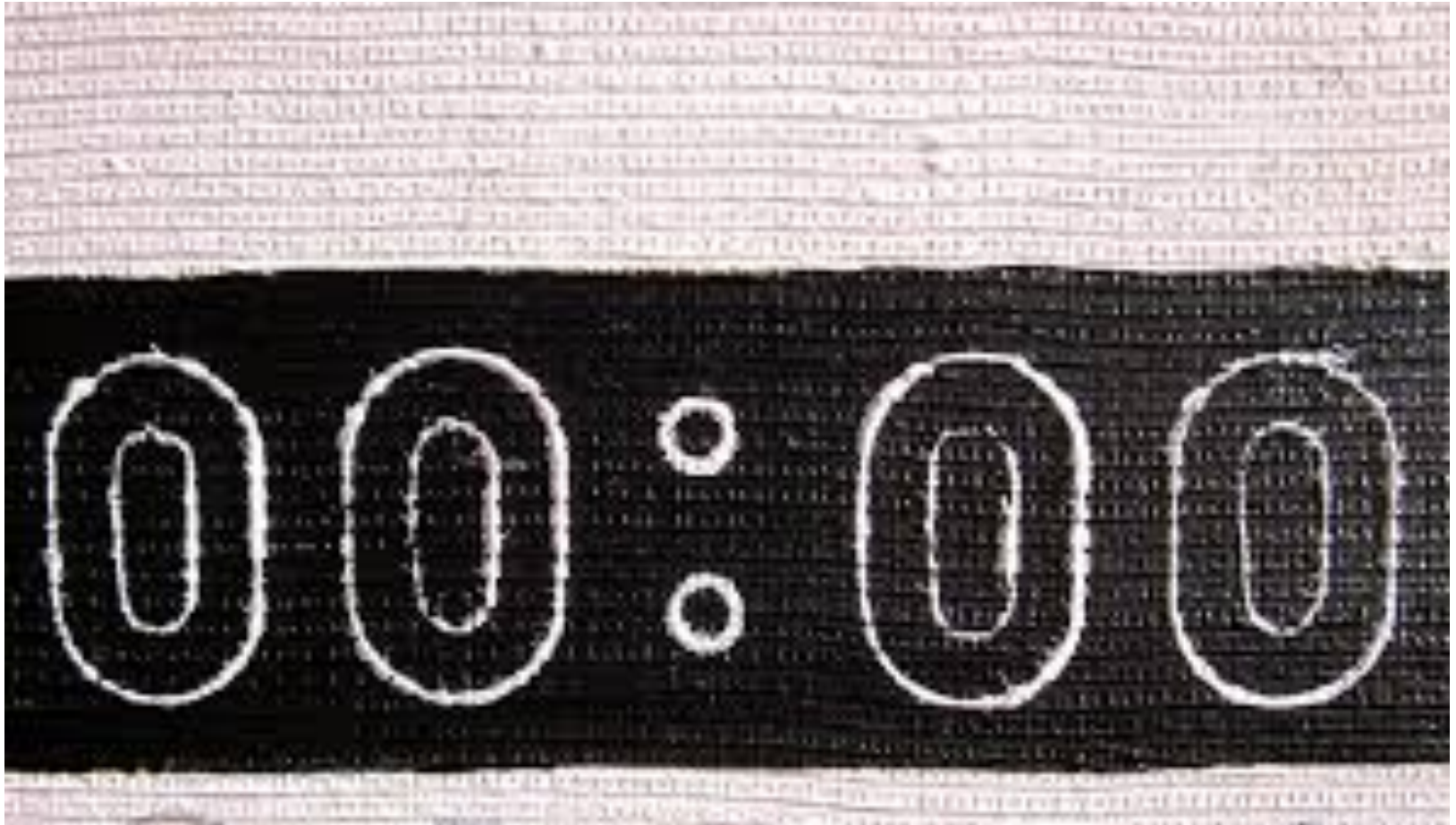
Direzione Comunicazione/Comunicazione Retail
24/10/2014



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia

Time is running out?



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia

| 27/10/14 |

2

Dove viviamo?

«**Vita liquida**» e «**modernità liquida**» sono profondamente connesse tra loro.

Una società può essere definita «**liquido moderna**» se le situazioni in cui agiscono gli uomini si modificano prima che i loro modi di agire riescano a consolidarsi in abitudini e procedure.

Il carattere liquido della vita e quello della società si alimentano e si rafforzano a vicenda. La vita liquida, come la società liquido-moderna non è in grado di conservare la propria forma o di tenersi in rotta a lungo.
(Zygmunt Bauman)



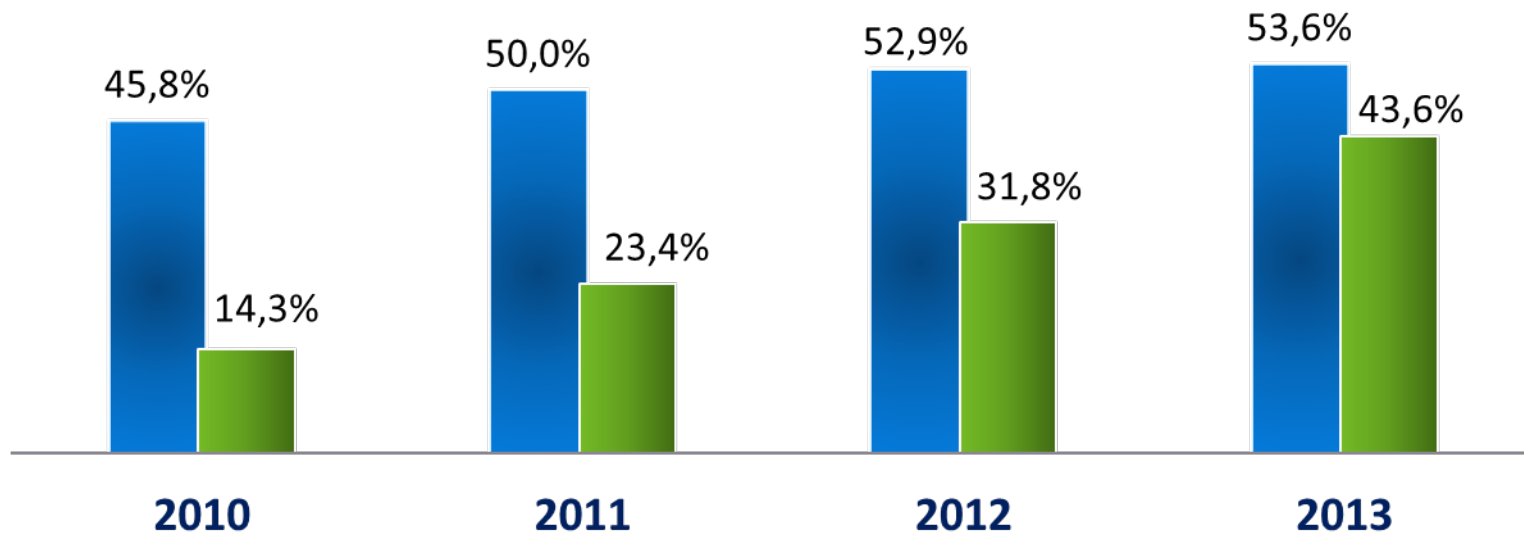
Digitalizzazione: penetrazione di internet

Si noti la crescita esponenziale dell' utilizzo del mobile per accedere a internet. In tre anni vi è stata una crescita di quasi 30 punti %

% pen su pop +14



■ PC INTERNET ■ MOBILE INTERNET (smartphone + tablet)



Fonte: Elaborazioni Groupm su dati Audiweb, Mobile Next , Eurisko Sinottica



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

Digitalizzazione: lo smartphone, nuovo mass medium

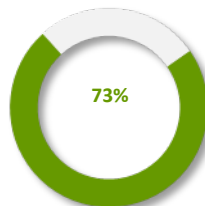
91% pop.
possiede un cellulare

49,7% possiede un
cellulare tradizionale
(22,9 mio)



50,3% possiede
uno smartphone
(23,2 mio)

89,7% internet via
smartphone (20,8 mio)



scarica da 2 a 10 app nel mese e le utilizza quasi tutte!

Source: GroupM elaboration on Mobile Next data H2 2013 –popolazione + 14 possessore cellulare - elaborazione GroupM su dati Sinottica & Nextplora Mobile Next H2 2013

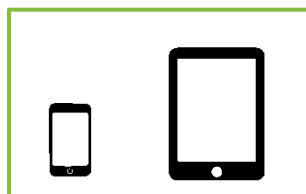


BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

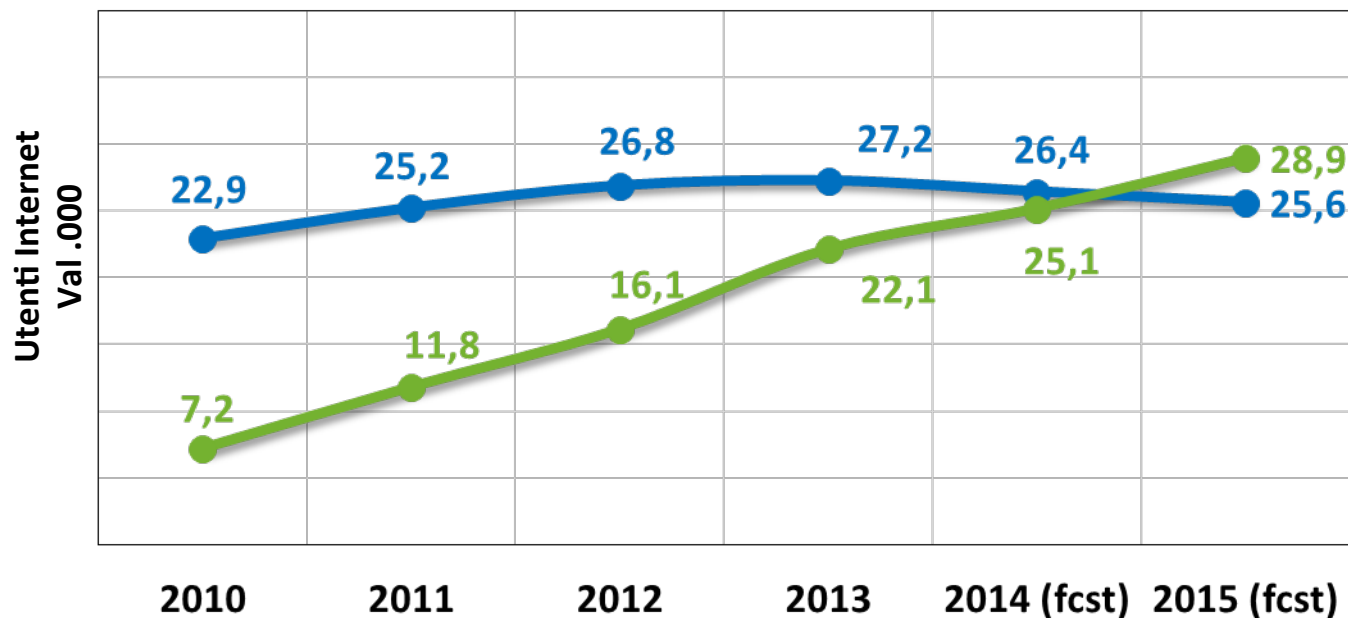
| 27/10/14 | 5

Digitalizzazione: internet in mobilità



- ☐ Cresce la penetrazione degli **smartphone**
- ☐ Cresce la penetrazione dei **tablet**
- ☐ Cresce la penetrazione del **mobile internet (smartphone + tablet)**

● Internet da Pc fisso ● Internet in mobilità (smartphone + tablet)



L' audience si sposta sempre più da pc verso smartphone e tablet

Fonte: Elaborazioni GroupM su Dati Mobile Next H2 2013 ed Eurisko Sinottica 2013.1 – pop +14



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia

| 27/10/14 |

6

**FEB
2014**

ITALIA: UTILIZZO SMARTPHONE

PENETRAZIONE
SMARTPHONE
RISPETTO ALLA
POPOLAZIONE



41%

UTENTI SMARTPHONE
CHE CERCANO
INFORMAZIONI LOCALI
CON IL PROPRIO
DEVICE



92%

UTENTI SMARTPHONE
CHE VENGONO A
CONTATTO CON
PRODOTTI TRAMITE IL
PROPRIO
SMARTPHONE



84%

UTENTI SMARTPHONE
CHE HANNO
EFFETTUATO UN
ACQUISTO MEDIANTE IL
PROPRIO DISPOSITIVO



30%

Il modo di fare marketing e comunicazione cambia

real-time



Real- Time: what does it means?

Fare comunicazione **real-time** significa
fornire **contenuti** di **qualità** e **pertinenti** ai
propri utenti

Il **Real Time Marketing** è un' approccio
al mercato che fa leva sulla capacità aziendale di
rispondere velocemente ad eventi e stimoli
esterni



Use real-time marketing to differentiate your brand



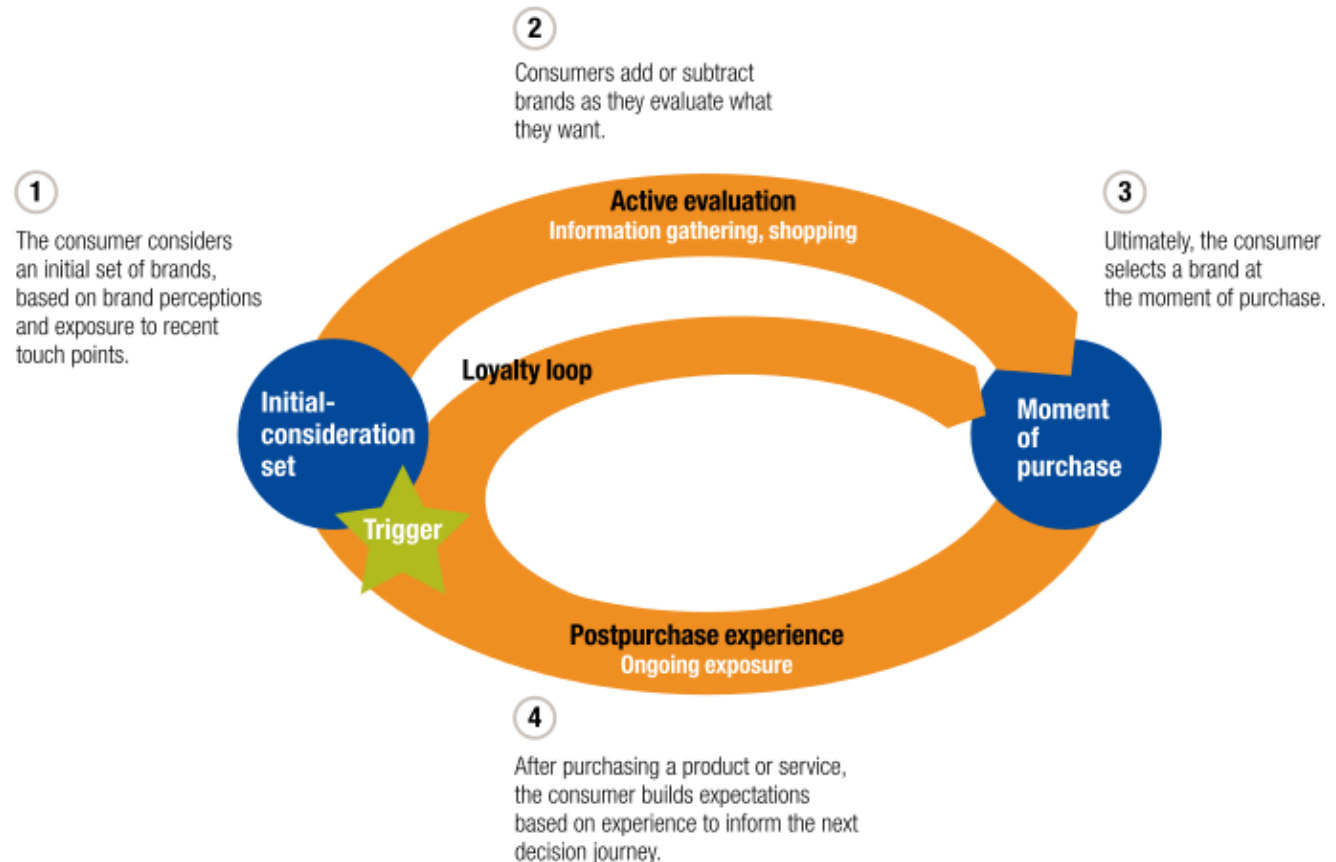
The consumer decision journey

“Consumers are moving outside the purchasing funnel—changing the way they research and buy your products. If your marketing hasn't changed in response, it should



The Purchase Funnel: un processo circolare

The decision-making process is now a **circular journey** with four phases: initial consideration; active evaluation, or the process of researching potential purchases; closure, when consumers buy brands; and postpurchase, when consumers **experience them**.



CUSTOM AUDIENCES

AFFILIATION

REAL TIME

BIDDING

DEM

RETARGETING

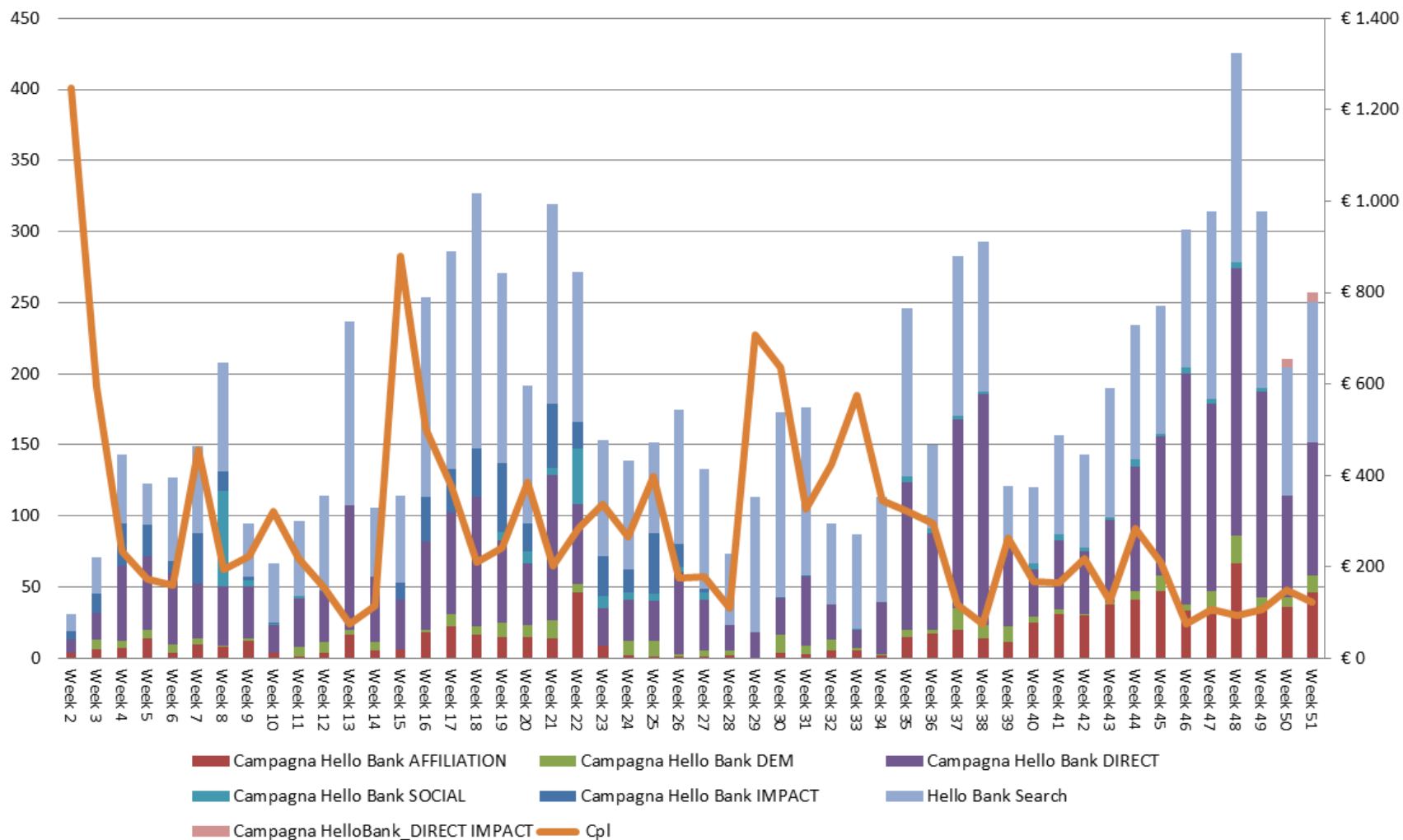
AUTOMATIC BUYING

SOCIAL

SEARCH

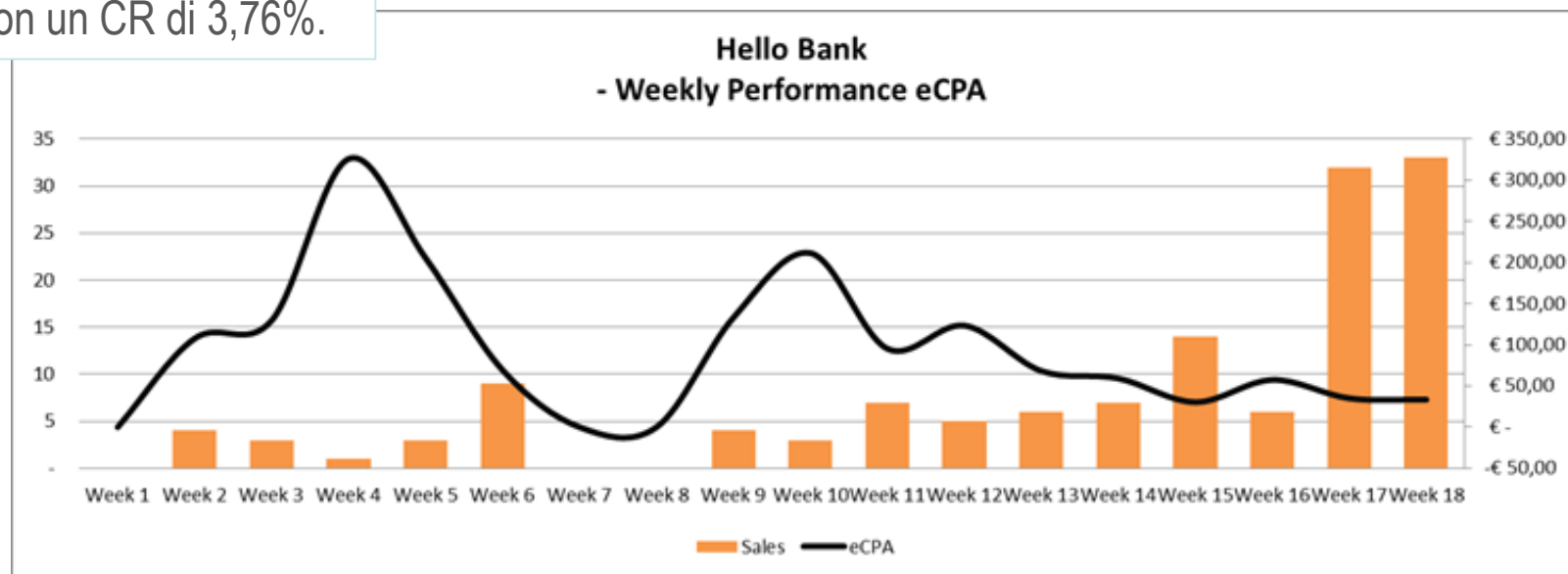


Trend Volumi per canale vs CPL



Case Hello bank! – ZANOX RTB

Con un piccolo incremento di budget a settimana abbiamo raddoppiato le sales e ridotto del 40% il CPA, con un CR di 3,76%.



Case Hello bank! –Facebook Offer

La promozione iPad Mini si è svolta nel periodo

24 – 30 Settembre

La promozione è stata veicolata solo tramite **Facebook offer**

Target: solo fan delle pagine
ING DIRECT e WIDIBA

Investimento: 3.000 €

SHARE of VOICE:

oltre 1.350 Like

158 commenti

213 condivisioni



800 **sottoscrizioni** al conto Hello bank! con un **CPA di 3,75 €**



BNL
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia

| 27/10/14 16|