

LA COMPAGNIA ASSICURATIVA INTEGRA IL PIANO DI COMUNICAZIONE CON LA RETE

Alleanza Assicurazioni: 150.000 euro in adv online



Una schermata della home page del nuovo sito di Alleanza Assicurazioni

GAIA HA REALIZZATO IL SITO ISTITUZIONALE PENSATO ANCHE PER I DISABILI. CREATIVITÀ A CURA DI MILANO AD. MEDIA SEGUITO DA MEDIAEDGE: CIA **2**

LE AZIENDE SCELGONO LA RETE

Tod's comunica con l'e-mail marketing e sceglie Antherica

LA SOCIETÀ MARCHIGIANA HA ADOTTATO LA PIATTAFORMA ANTHERICAMAIL PER RAGGIUNGERE 200 NAZIONI **3**

PRESENTATI IERI I NUMERI DI BILANCIO DELLA SOCIETÀ

Telecom Italia Media, bene l'area di business internet nel Q1 2004

NEL PRIMO TRIMESTRE I RICAVI DELL'AREA SONO PARI A 75,1 MILIONI DI EURO. EVIDENZIATO IL GRADIMENTO TRIBUTATO DAI NAVIGATORI A VIRGILIO **4**

Speciale
WEBBIT 2004
Clicca qui per andare direttamente alle pagine dello speciale 

SERVIZI	3	INDAGINI	5	ESTERO	6
----------------	----------	-----------------	----------	---------------	----------

A BOLOGNA LE NOTIZIE ACCOMPAGNANO CHI PRENDE GLI AUTOBUS

I passeggeri saranno informati sui principali fatti locali e internazionali grazie a schermi installati su 240 bus cittadini



WEB SEARCH PRINCIPALE GUIDA ONLINE

Una ricerca Sems-Nextplora ha indagato la modalità di fruizione dei motori di ricerca

A BONN XEROX MOSTRA LE POTENZIALITÀ DELLA STAMPA DIGITALE

Lester Wunderman a margine dell'evento ha dichiarato che «La rete è uno strumento di comunicazione poco emotivo e più informativo»



Ogni visitatore è un bene prezioso

TSW pianifica la presenza nei motori di ricerca nazionali ed internazionali, permettendo ai visitatori di trovare, conoscere, apprezzare e ricordare.





QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno III - giovedì 6 maggio 2004 n.85

LE AZIENDE ITALIANE INCREMENTANO L'ATTIVITÀ SU INTERNET

Tod's comunica con l'e-mail marketing

LA SOCIETÀ MARCHIGIANA HA ADOTTATO LA PIATTAFORMA ANTHERICAMAIL

Tod's ha scelto **AnthericaMail**, la piattaforma web based per la gestione di grandi campagne di e-mail marketing, per la propria attività di promozione, informazione e contatto rivolta a clienti e rivenditori. Con una segmentazione attuata in base alla marca, il genere e la localizzazione geografica del cliente, l'ufficio marketing di Tod's invia, nel corso dell'anno, diverse centinaia di migliaia di messaggi ai clienti registrati. I rivenditori sono invece profilati in base alla marca e alla localizzazione geografica del punto vendita.

Grazie al sistema di controllo automatico della validità dell'e-mail e del bounce-back, l'azienda è in grado di individuare uno ad uno i messaggi non inviati o non recapitati ed il motivo dell'errore - e-mail non valida, mailbox pieno. Le eccezioni vengono archiviate e sono disponibili per le successive verifiche. Il motore di ricerca interno offre la possibilità di estrar-

re i dati aggregati relativi all'area geografica di provenienza dei destinatari, che nel caso di Tod's copre oltre 200 nazionalità, i cui comportamenti e preferenze possono essere così osservate. La redemption dei messaggi inviati è un dato fornito dalle statistiche del sistema, tramite il quale l'ufficio marketing dell'azienda può valutare il successo dell'invio.



NUOVI SERVIZI

LE NOTIZIE VIAGGIANO SULL'AUTOBUS

I passeggeri degli autobus di Bologna potranno essere aggiornati sui principali fatti internazionali e locali. Entro l'anno, grazie all'accordo fra **Atc, Monrif.Net** e **Logital**, sugli schermi di 240 bus cittadini sarà possibile leggere le notizie di attualità, sport, eventi, meteo e viabilità. Nel frattempo il servizio viene testato in fase sperimentale su alcune linee del capoluogo bolognese. Il notiziario, curato da **Quotidiano.Net** della **Poli-grafici Editoriale**, sarà su due livelli: uno nazionale e internazionale e uno in edizione locale.



AD> vanGoGh

www.ilsole24ore.com
Il tuo nuovo clic quotidiano.



- _ Informazione
- _ Approfondimenti
- _ Contenuti Multimediali
- _ Archivi Tematici
- _ Servizi in Mobilità
- _ Banche Dati
- _ Shopping Online

