

mediakey **.tv**

29 luglio 2013

Now Available apre la prima divisione italiana dedicata al second screen advertising

Categoria: Aziende, Carriere e Mercati



Secondo gli ultimi dati diffusi da IAB Italia il 60% degli utenti guarda la TV online e sono circa 11 milioni gli italiani che compiono online azioni collegate al programma che stanno guardando in televisione.

È la fotografia, parziale ma significativa, di un'attitudine al multitasking (TV + laptop, smartphone o tablet), negli USA chiamata second screen experience, che si sta diffondendo anche in Italia coinvolgendo in particolare il mercato dei media e della comunicazione pubblicitaria.

Coerentemente con la sua visione pionieristica, l'agenzia pubblicitaria Now Available amplia la sua offerta e lancia oggi NoLine (<http://noline.nowavailable.it>), nuova "multi-screen adv unit" composta

da un team di professionisti dedicati allo studio e alla ricerca sul second screen advertising.

Guidata da Stefano Pagani, general manager e socio fondatore dell'agenzia pubblicitaria, la nuova unit di Now Available sta già lavorando allo sviluppo della tecnologia e in autunno presenterà una prima ricerca sul second screen advertising in Italia.

"Le opportunità offerte alle aziende dal second screen advertising sono davvero tante" afferma Stefano Pagani, socio fondatore di Now Available e responsabile della nuova unit - "per sfruttarle al meglio è importante rivolgersi a una struttura creativa abituata a ragionare al di fuori degli schemi tradizionali ancora fermi alla distinzione netta tra on-line o off-line. È per questo che con la unit NoLine abbiamo deciso di eliminare questa "linea" proponendo sul mercato un approccio realmente innovativo che solo un'agenzia di carattere neutrale come Now Available può offrire".

Rispecchiando la filosofia "media neutral" dell'agenzia, il team è attualmente composto da cinque professionisti che interpretano l'assenza di confini metodologici e applicano la neutralità sull'approccio creativo, funzionale e sul modello di business: Matteo Ruisi (traditional creative), Antonio Zuddas (digital creative), Michele Prevato (attention planner), Cinzia Migliardi (social media specialist) e Seby Fortugno (technical developer).

Le opportunità del second screen con NOLINE

La unit di NoLine ha come obiettivo lo studio e lo sviluppo della tecnologia second screen applicato a dinamiche di comunicazione per i brand. Più precisamente:

Couponsing

Lo spot TV diventa un potentissimo mezzo di distribuzione di coupon digitali direttamente sul dispositivo mobile dello spettatore. Sarà possibile creare TV commercial con obiettivi di sell-out di prodotto estremamente efficaci e legati a una call to action immediata.

Expand content & time

Oltre i classici 30" secondi potrà intervenire il second screen, fornendo informazioni aggiuntive rispetto allo spot, completandolo, integrandolo o utilizzandolo solo come veicolo di propagazione di un messaggio su mobile.

Gamification

Il più grande trend degli ultimi anni può essere sviluppato con nuove interazioni, uno spot può trasformarsi in un instant win o un platform game.

Lead generation

Gli spot potranno essere usati come mezzo efficacissimo per raccogliere nominativi nel database di marketing. O per incrementare una fan base di Facebook. O per erogare punti in programmi di CRM.

Direct response

Sarà possibile prenotare direttamente un test drive o segnarsi la data e le informazioni su eventi o prodotti. Oppure chiedere un preventivo in pochi semplici "tap" del tablet.

Sales

Con il link diretto all'e-commerce si potrà attivare l'acquisto immediato, con la possibilità di creare nuove formule: anteprima, serie limitata o offerte speciali.

Survey/Data collection

Da uno spot sarà possibile avviare dei sondaggi/sondaggi aziendali in tempo reale. Raccogliendo istantaneamente il volere popolare ed eventualmente fornendo i risultati istantaneamente (o nello spot successivo).



noline
multi-screen adv unit