

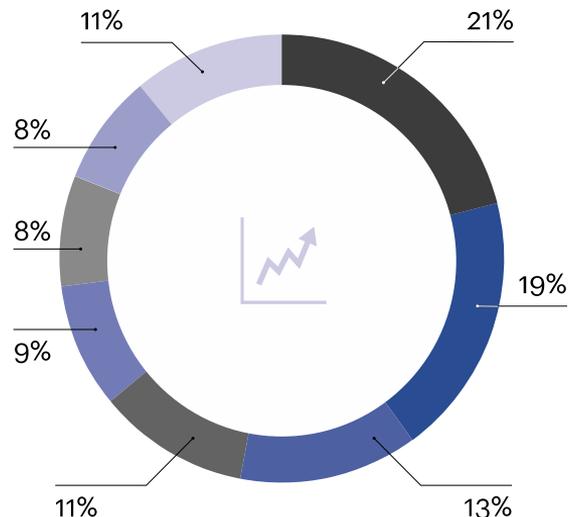
Un nuovo ecosistema digitale: web, social e dintorni nel 2015

L'evoluzione sempre più accelerata dei nuovi mezzi di comunicazione marketing e promozione richiede un processo di analisi/sintesi costante su strumenti e contenuti per orientare al meglio le strategie aziendali. Il Centro Studi di cosmetica italia ha voluto conoscere le opinioni degli imprenditori del settore circa le parole-chiave in grado di rappresentare al meglio gli sviluppi in ambito digitale per i prossimi anni.

Grazie all'analisi dei questionari ricevuti, è stato possibile tracciare alcune evidenze: il *social-commerce*, ossia l'utilizzo strategico dei social media per finalità di vendita e branding è il tema maggiormente segnalato dagli operatori, seguito dal *social data enrichment*, cioè l'utilizzo dei dati forniti dagli utenti social per arricchire e integrare i database e i CRM aziendali. Altro strumento ritenuto fondamentale per le aziende sono le *app*, possibilmente dedicate e utilizzate per comunicare direttamente con le aziende. Ad oggi, risulta invece non altrettanto importante per le aziende intervistate la presenza su *marketplace* (sia "generalisti" che verticali di settore), segnalata in maniera cumulativa dal 16% degli imprenditori.



WEB
&
SOCIAL



- social-commerce
- social data enrichment
- app dedicate
- mobile commerce dai siti
- marketplace orizzontali
- marketplace verticali
- geolocalizzazione promo e offerte
- altro (marketplace asiatici, commercio digitale b2b tra aziende, gamificazione, altro)