

I M Mobile

We M Mobile

U M Mobile

*Milano, 26 Maggio 2010*



## Mobile Marketing Scenario

# La popolazione Mobile in prospettiva



0.8B



0.9B



1.3B



1.4B

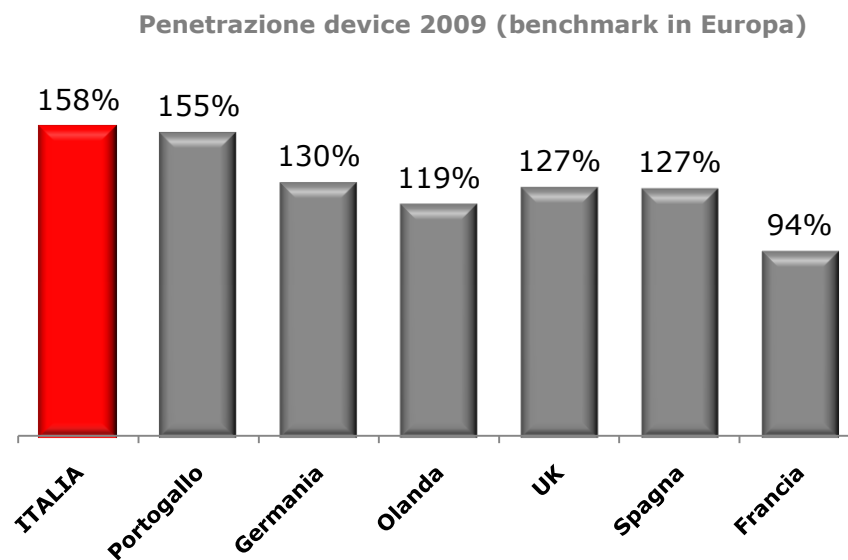
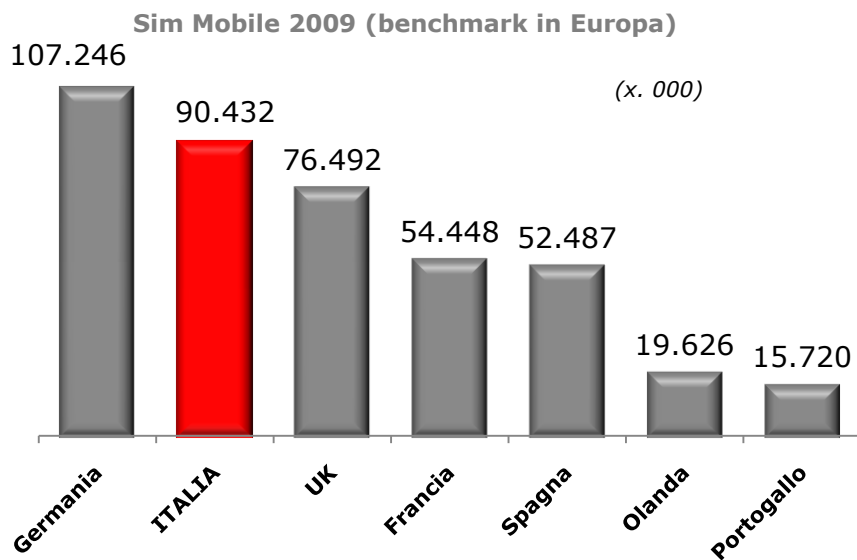


1.5B



4B+

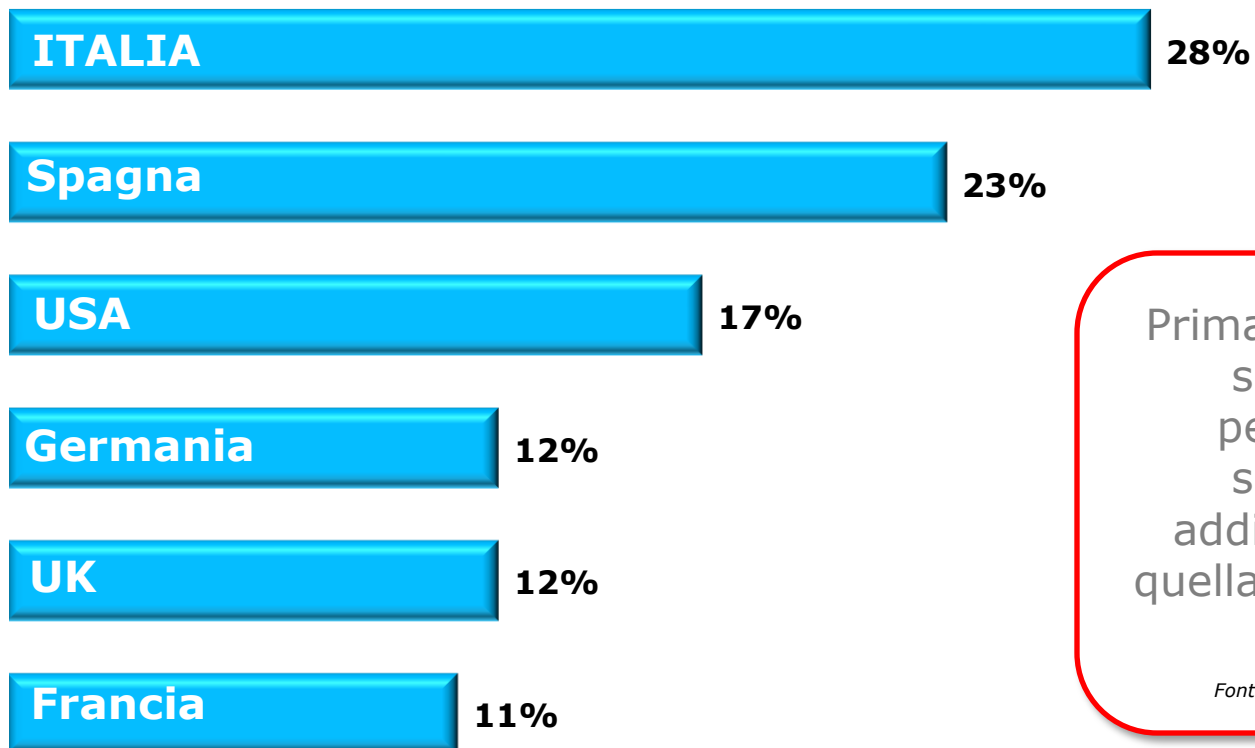
# Cellulari: Italia leader nella penetrazione di device



# Il proliferare degli smartphone in Italia

## PENETRAZIONE SMARTPHONE PER PAESE

% del totale mobile user



Prima della fine del 2011 si prevede che la penetrazione degli smartphone sarà addirittura superiore a quella dei telefoni cellulari standard.

*Fonte: Nielsen Mobile Company (2010)*

**In Italia gli smartphone costituiscono il 28% del totale telefoni cellulari.**

L'Italia rappresenta il punto di riferimento del segmento smartphone, superando mercati importanti quali USA e UK.

# Smartphone: il “telecomando” della vostra vita

- Interazione ovunque, in qualsiasi momento
- Estensione dei media tradizionali
- Informazione e intrattenimento in movimento
- CRM rilevante e real-time
- Personale e Sociale
- Misurabile





**Next present**

# Un cambiamento epocale in atto

Ci stiamo muovendo sempre più da un marketing passivo e di ampio respiro ad uno fortemente targettizzato e interattivo

## Mass Media Age

### **Paradigma:**

Think > Feel > Do

### **Scopo:**

Brand Awareness

### **Modello Mentale:**

Interrompere & ripetere

### **Risultato:**

Reach



## Participation Age

### **Paradigma:**

Feel > Do > Think

### **Scopo:**

Brand Affinity

### **Modello Mentale:**

Co-Creazione & proprietà

### **Risultato:**

Engagement

# Mobile: per essere connessi con i consumatori 24h al giorno



In ogni momento del ciclo di acquisto dei consumatori.



## **2010: UM Italia e il Mobile media**

Considerando la voglia del mercato italiano di investire e sperimentare

....

Vista la proliferazione degli smartphone e di nuove, continue,  
opportunità tecnologiche a loro correlate

....

Date le grandi previsioni di crescita del mercato Mobile rispetto ai media  
tradizionali

....

UM Italia ha deciso di investire in questo importante segmento del mercato  
advertising.

# Come?

# UMobile

la nuova unit creata da UM Italia per:

Porsi come una  
piattaforma open  
lab per lo scambio  
di informazioni e  
collaborazioni  
per rispondere  
ad un mercato  
sempre più  
*"mobile"*.

Essere consulente  
nell'integrazione  
del Mobile nei  
media mix  
tradizionali di tutti  
i suoi clienti.

Sviluppare progetti  
di comunicazione  
integrata  
concentrandosi sul  
mezzo Mobile,  
sempre più  
innovativo.

# UMobile: una core mission

**Un obiettivo:**  
diventare nel **2011**  
uno dei punti di  
riferimento del Mobile  
Marketing in Italia.



Supportare strategicamente, creativamente,  
operativamente i suoi clienti per costruire insieme  
**reciproci percorsi** volti alla conoscenza e all'utilizzo  
più efficace possibile di questo mezzo per specifici  
obiettivi di marketing e comunicazione.

ab

# UMobile: un Open Lab votato alla multi+disciplinarietà

Un team composto da esperti media **curiosi** provenienti da differenti discipline per sviluppare, quantitativamente e qualitativamente, tutte le opportunità del mobil media:



# 2010: cosa Umobile sta già...

...facendo

UMobile è in costante monitoraggio del mercato Mobile internazionale & locale per condividere le sue conoscenze, evoluzioni, opportunità:



- **Scenario Mobile Market**
- **Offerta Mobile Market**
- **Futuro del Mobile media**
- **Successo nel Mobile media**
- **Possibilità di report sui dati Mobile**
- **Benchmark**



**GRAZIE!!**