

Ricerca 2019/20 Eventi & Visibilità Comunicazione

Proposta di sponsorizzazione





Assintel Report: il contest per il mercato ICT e Digitale in Italia

L'innovazione digitale spinge individui e società al cambiamento continuo e ad adottare un approccio trasformativo che richiede nuove attitudini personali, nei processi, nella singola impresa, in contesti e aggregazioni territoriali e regionali, e via via fino al Sistema Paese.

Una partita che ritroviamo, di anno in anno, con nuove implicazioni, sfide e prospettive. Nel mettere in luce le dinamiche dell'innovazione che stanno plasmando la nostra società, la **nuova indagine** sulle aziende italiane evidenzia le caratteristiche del cambiamento, traccia la portata degli impatti e individua le nuove direzioni di sviluppo. Siamo entrati nell'era della “**multiplied innovation**” e della concorrenza “ecosystem-based”: siamo proiettati oltre le logiche prettamente sperimentali e la competizione azienda-azienda con cui abbiamo convissuto negli ultimi anni.

L'**Assintel Report 2020** offrirà una panoramica estesa e completa di tutti gli aspetti che caratterizzano la domanda e l'ecosistema dell'offerta del mercato ICT in Italia, che prosegue la sua rapida trasformazione nel quadro globale, sollecitato da molteplici forze tra cui resistenze di carattere macroeconomico, spinta creativa e grandi capacità di innovazione del nostro tessuto socio-economico nelle diverse aree geografiche.

I principali «nuclei» della ricerca 2020



Territorio e segmenti

Mercati ICT e tipologie di end user



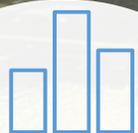
Driver di evoluzione

Globali e locali



Analisi della Domanda e riflessioni per le strategie dell'ecosistema ICT e digitale

Survey ad hoc su 1.000 aziende enduser: sfide e trend 2020



Spending Directory

Trend 2019-21



Direzioni di investimento ICT

Strategie e approcci alla Trasformazione Digitale



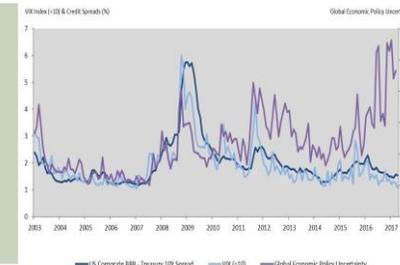
Le nuove sfide per le aziende nella Digital Transformation e i cardini della ricerca IDC



Come procede la ricerca e l'introduzione di **competenze, skill e attitudini** richieste dall'economia digitale



Cosa ci riserva il **futuro digitale**: quali opportunità e quali sfide attendono le aziende italiane nel 2020



Valutare e conoscere la domanda ICT delle aziende italiane che è caratterizzata da una **forte differenziazione a livello territoriale**, sia per volumi di spesa ICT che per maturità nel percorso di trasformazione digitale



Come cambiano **le architetture, le reti, i device e le applicazioni IT** per abilitare nuovi processi e nuove forme di interazione con lavoratori, partner e clienti



Milioni di €
Massimo 6402
Minimo 27

Comprendere i **passaggi chiave della roadmap dell'innovazione** nelle aziende italiane: cambia il modo di lavorare, di organizzarsi e di competere nell'economia digitale

Conoscere gli **obiettivi e le motivazioni che guidano gli investimenti ICT** e come le aziende italiane interpretano le sfide della trasformazione digitale, disegnano strategie e adottano tecnologie digitali



Una nuova survey estesa sulla domanda ICT e Digitale in Italia

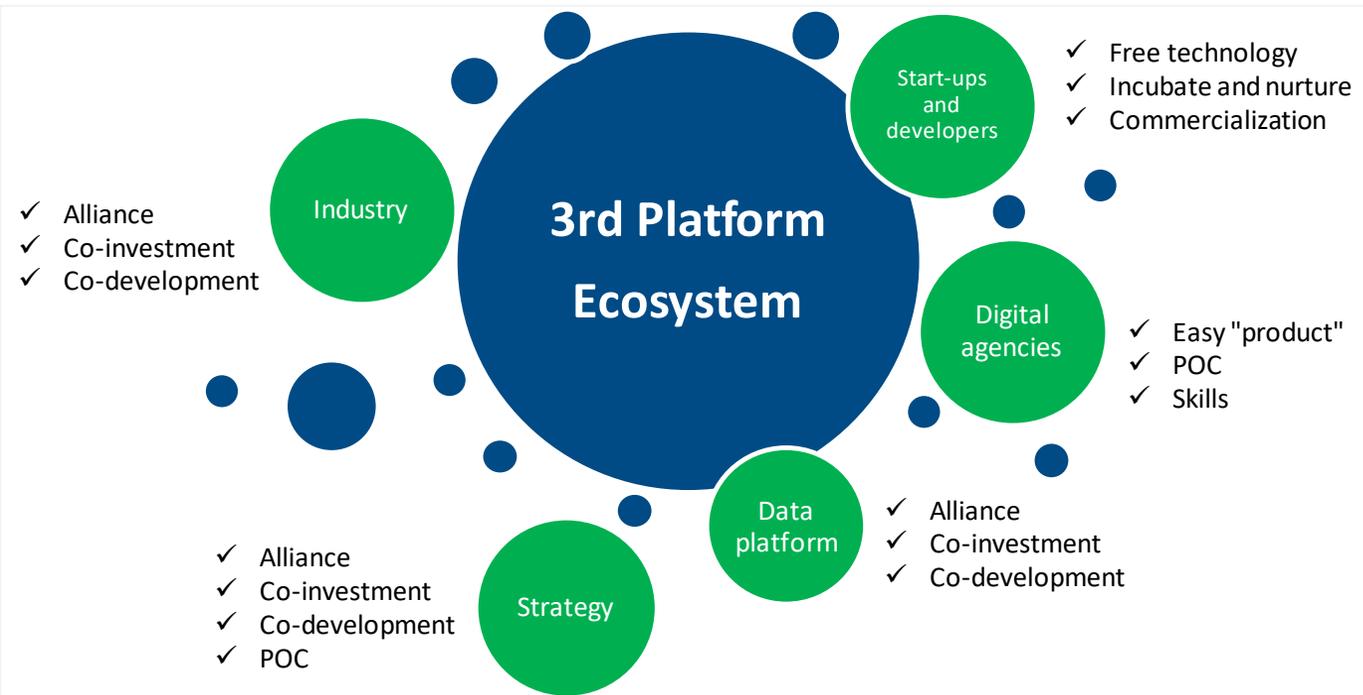
Analisi della Domanda (interviste a 1.000 aziende end-user)

Ambiti di esplorazione:

- Priorità e strategie di sviluppo
- Il percorso di Trasformazione Digitale: i passi compiuti e le prossime sfide
- Nuove prospettive e criticità di business
- Ecosistema dell'innovazione: start up, partner e Business Community
- Piani di investimento in tecnologie e servizi ICT e digitali
- Innovation Accelerators: IoT, AR/VR, Cognitive/AI, Robotics, Next-Generation Security, etc.
- Competenze, Expertise e Formazione: carenze, approcci, iniziative
- Digital Business e dinamiche organizzative interne
- Approcci al «new business»: nuovi processi, ambienti di innovazione, development
- La strada verso le nuove architetture e piattaforme digitali
- Le infrastrutture abilitanti: prospettive, sfide e governane dell'intelligenza ICT e digitale (da onpremise a logiche edge, cloud, datacenter distribuiti, etc.)
- Il «modo» di fare innovazione e il rapporto con l'ecosistema dell'offerta: progettualità, metodi, aspettative verso i partner tecnologici



L'Offerta del settore ICT: nuovi ecosistemi e ricerca del valore



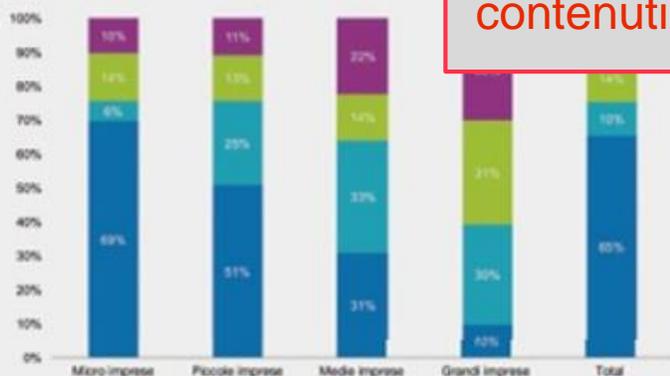
Il volume: contenuti extra per l'online



Il marketing si dava un obiettivo che era quello di razionalizzare l'impiego di tanti canali digitali puntando su una strategia che consisteva essenzialmente nel personalizzare il messaggio della comunicazione. Oggi, il marketing si avvale di canali sempre più capillari e sofisticati per acquisire una visibilità molto più ampia del cliente, dalle informazioni di localizzazione (i nuovi dispositivi tracciano facilmente posizioni e spostamenti) alle condizioni personali (stato, relazioni, storia, preferenze), così da consentire una contestualizzazione sempre più mirata dei messaggi.

Questo nuovo modo di costruire relazioni con i clienti è un fatto ormai consolidato per molte imprese italiane, con differenze sostanziali tra le diverse classi dimensionali: per le medie e le grandi imprese si tratta di un tema consolidato tra il 20 e il 30% delle aziende, mentre nel caso di micro e piccole imprese soltanto il 10% delle aziende si muove in tal senso. Esiste un ampissimo spazio in cui si potranno proporre soluzioni specifiche per tale esigenza, che sarà necessario promuovere una specifica cultura su

Figura 7 - Engagement digitale: approcci per classe dimensionale



* Nessun livello di personalizzazione
* Personalizzazione rispetto al target
* Contestualizzazione rispetto ai canali (es. Web, Mobile, Social)
* Personalizzazione e Contestualizzazione su diversi canali

Fonte: Survey IDC per Asistral Report 2018

Come prevedibile, persistono grandi differenze tra i comparti industriali. Lo spazio dei settori economici esprime dinamiche eterogenee e diversi gradi di maturità. I settori che fanno ampio uso del digitale nei propri processi e nelle modalità di relazione con il mercato.

Il turismo e la finanza si confrontano quotidianamente con la necessità di sviluppare strategie sempre più sofisticate di engagement digitale: tra il 50 e il 60% delle imprese nei due settori impiega correntemente strategie di personalizzazione e contestualizzazione dei messaggi per raggiungere il cliente digitale. Invece, molta strada deve ancora essere intrapresa in altri contesti, come la pubblica amministrazione e il commercio all'ingrosso, dove prevale ancora un approccio piuttosto lontano dalle strategie di omnicannello allo stato dell'arte.

Figura 8 - Engagement digitale: approcci e maturità, per settore



Fonte: Survey IDC per Asistral Report 2018



Clicca qui per vedere gli approfondimenti

Per lo Sponsor un'opportunità di approfondimento con propri contenuti collegati ai QR Code.

Per il mercato, un'estensione degli aggiornamenti con la release XL in uscita online nel primo trimestre 2020

Un piano di comunicazione a 360 gradi, lungo un anno



Eventi
Roadshow
Contenuti interattivi
Multimedia
Piattaforme social
Stampa
Lobbying
Volume cartaceo
Case history
Sponsor



365 giorni di visibilità multicanale a valore aggiunto

Assintel Report è un concept completo: a partire dalla ricerca si attiva un piano di comunicazione e coinvolgimento che dura un anno. La sponsorizzazione dell'Assintel Report garantisce una ampia visibilità, creando un prodotto unico di brand awareness.

- ✓ Fulcro “fisico” del progetto è la presentazione dei risultati del Report, che avviene negli **Eventi di Milano – in SMAU, a Roma – in Confcommercio - e nel successivo roadshow territoriale**
- ✓ La **partnership con SMAU** garantisce un ulteriore canale di visibilità in occasione dell'evento di Milano
- ✓ La ricerca viene stampata nel **volume cartaceo**, brandizzato con i loghi degli Sponsor
- ✓ Nella ricerca un sistema di QR Code linka ad ulteriori approfondimenti online e alla **possibilità degli Sponsor di presentare case history ed esperienze**
- ✓ La **versione online** è integrata nel primo trimestre dell'anno successivo in versione XL con nuovi contenuti, a loro volta occasione di nuova comunicazione
- ✓ Il mercato è coinvolto con percorsi di comunicazione via **DEM e piattaforme Social, prima, durante e dopo il lancio del Report**
- ✓ Il **brand dell'azienda** sponsor compare su tutto l'online
- ✓ Il coinvolgimento dei **Media Partner** garantisce la diffusione dei dati, del brand e degli Sponsor
- ✓ La potenza di fuoco del Data Base e dei canali Assintel si amplifica con la **condivisione attraverso i canali digitali IDC**



Il progetto 2020 valorizza il coinvolgimento e la visibilità dell'azienda sponsor sia attraverso una sponsorizzazione top, che propone il massimo della visibilità on e off line, sia con una innovativa formula di partecipazione «in formato tascabile»: una sorta di *crowdfunding associativo* dedicato in esclusiva agli associati, in cui anche le piccole imprese e le startup possano contribuire in misura proporzionale alla loro disponibilità.

Le Proposte di Sponsorizzazione



Eventi di presentazione: Milano, Roma e roadshow territoriale

- ✓ Logo su Roll up, slide cover, newsletter di promozione, pagine-evento sul sito Assintel, video di lancio Assintel e successivo IDC Video Podcast, citazione nel Comunicato Stampa
- ✓ Intervento da parte di un relatore dello sponsor secondo modalità coerenti con l'agenda dell'evento (partecipazione a round table o speech)
- ✓ Roadshow territoriale (primo semestre 2020) con evidenza loghi e possibilità di concordare un intervento (round table o case history)
- ✓ Demand generation: lista iscritti agli eventi

Volume ricerca

- ✓ Logo nel volume cartaceo e in quello on-line consegnato in occasione di tutti gli eventi e agli stakeholder istituzionali
- ✓ Logo nell'abstract english version
- ✓ Consegna di 30 copie allo Sponsor

Online Lead Generation

- ✓ Lista utenti che effettuano la registrazione alla release XL e il download della ricerca sul sito Assintel
- ✓ Invio copia formato digitale allo sponsor per utilizzo nelle proprie campagne MarCom

Sponsorizzazione

Multimedia 360

- ✓ Adesione alla campagna Assintel + IDC con la formula: Nome Sponsor for #AssintelReport20
- ✓ Presenza continua del logo/brand negli aggiornamenti di contenuto continuativi durante l'anno (DEM, Sito, Social)
- ✓ Pubblicazione di contenuti multimediali (non di prodotto e legati ai temi del Report, ad es. case history) linkati al volume cartaceo (attraverso QR Code) e a quello online
- ✓ Ripresa e valorizzazione dei contenuti attraverso i canali Social e DEM di Assintel

Assintel Report XL

- ✓ Pubblicazione della versione online arricchita di nuovi contenuti nel primo trimestre 2020, con evidenza dei loghi
- ✓ Realizzazione evento di presentazione ad un panel ristretto di aziende e giornalisti, con pubblicazione comunicato stampa, folder infografico e relativa campagna social

Valorizzazione: € 10.000

Sconto 25% per i soci



Assintel Report Supporters

Un nuovo modo per valorizzare il più importante progetto di branding dell'associazione: riservata esclusivamente agli associati, dà la possibilità di contribuire allo sviluppo del Report con una visibilità in formato pocket

	<ul style="list-style-type: none">- Visibilità del logo sul volume* (stampato e in versione online)	€ 500
	<ul style="list-style-type: none">- Visibilità del logo sul volume* (stampato e in versione online)- 1 approfondimento con QR Code (volume e online)	€ 1000
	<ul style="list-style-type: none">- Visibilità del logo sul volume* (stampato e in versione online)- 1 approfondimento con QR Code (volume e online)- 1 articolo multimedia veicolato tramite i social Assintel e DEM- Visibilità logo nel folder XL	€ 1500

*Il volume è consegnato durante tutti gli eventi di presentazione del Report (Milano, Roma e Roadshow territoriale), in occasione anche di altri eventi dell'associazione e presentato o inviato agli stakeholder istituzionali

Dedicato alle startup innovative

Assintel valorizza anche le proprie startup socie dedicando loro l'offerta supporters con uno sconto del 25% sulle tre opzioni.



ASSINTEL
REPORT
2020



Aderisci al progetto!

Contact
segreteria.generale@assintel.it
Tel. 02.7750.231