



## Mercato Kiliagon al lavoro insieme ad Avask, leader nella consulenza

### fiscale internazionale nel campo dell'e-commerce

2



## Strumenti Mediamond, in accordo con Coima, inaugura 18

### totem digitali nell'area di Porta Nuova a Milano

3



VANESSA OLIVIERI

## Poltrone Citynews annuncia l'ingresso di Vanessa

### Olivieri: ricoprirà il ruolo di Head of Design

6

## 22 Scenari Il Cloud in Italia supera i 4,5 miliardi di euro e il 52% delle Pmi ne utilizza almeno un servizio

## 10 Analisi PoLiMi: il boom del mercato dell'Intelligenza Artificiale traina anche il nostro Paese verso il futuro



### Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

Pagine viste: Web 213 milioni - App 231 milioni  
Visitatori unici: Web 8 milioni - App 1.8 milioni  
Visite: Web 23 milioni - App 16 milioni  
Permanenza media Web & App: 7 minuti

Fonte: Google Analytics gennaio 2022 - App (iOS + Android)

AutoScout24 Italia S.p.a. - Via Pordenone 8, 20132 Milano (MI)  
Sales Director: Michele Mango, +39 02 21080829 - michele.mango@autoscout24.com - www.autoscout24.it  
Sportnetwork S.r.l - info@sportnetwork.it - www.sportnetwork.it  
Via Messina, 38, 20154 Milano - Tel. +39 02 34.96.21 | Piazza Indipendenza 11/b, Roma - Tel. +39 06 49.24.61

Auto Scout24



## Strumenti Mediamond, con Coima, inaugura diciotto totem digitali nell'area di Porta Nuova a Milano

Il Digital Out of Home (DOOH) rappresenta un'area di sviluppo strategica per Mediamond. Oggi, grazie alla partnership in essere con Coima, sempre impegnata nel costante progetto di rigenerazione urbana e digitalizzazione degli spazi fisici, si accendono 18 nuovi totem digitali nella zona di Porta Nuova e della Biblioteca degli Alberi (BAM) a Milano. All'interno della città, che nel panorama nazionale accoglie da sola più della metà degli introiti pubblicitari del mezzo, questo distretto in particolare è altamente interconnesso al DOOH della concessionaria, tanto da diventare un vero e proprio landmark e

**I nuovi impianti verticali da 75 pollici sono distribuiti in tutti i punti di accesso della zona e ampliano di un ulteriore formato la domination pubblicitaria. Disponibili anche in modalità programmatic**

parte integrante dell'architettura, delle attrazioni e delle attività di intrattenimento del quartiere. I nuovi impianti verticali da 75 pollici, di cui 14 bifacciali e quattro monofacciali per un totale di 32 facce espositive, sono distribuiti in tutti i punti di accesso della zona e ampliano di un ulteriore formato la domination pubblicitaria di Mediamond. Grazie al nuovo circuito di impianti, dunque, le aziende possono assicu-

rarsi visibilità in una delle aree urbane di maggiore passaggio e raggiungere target particolarmente ambiti, come le fasce di audience giovani, digitali e sempre in movimento, beneficiando dei vantaggi di una comunicazione impattante e coinvolgente. La posizione strategica e l'elevata concentrazione del circuito hanno già portato brand dei settori grande distribuzione, tech, moda, automotive e farmaceuti-

co a cogliere la nuova opportunità di pianificazione. Ha affermato Davide Mondo, Amministratore Delegato Mediamond e Video-Wall: "Questi impianti si integrano perfettamente con gli spazi digital grande formato già presenti nell'area, permettendo agli advertiser di costruire campagne sempre più rotonde, che potranno far leva contemporaneamente sull'impatto dei grandi formati e sulla frequenza dei Totem". Gli schermi digitali dell'intero circuito possono ospitare creatività standard, statiche e video, e sono disponibili sia attraverso la vendita tradizionale sia in modalità programmatic.

## Mercato Nasce MarketFit, il network specializzato nel campo del "fractional sales & marketing manager" per le Pmi

**Il settore supporta la formazione delle risorse interne nelle competenze di digital marketing, confermandosi soluzione strategica per un utilizzo dei fondi del PNRR destinati alle piccole medie imprese**

Una ricerca di Marketing Arena del 2022, realizzata sulle aziende B2B tra cinque e 50 milioni di euro di fatturato, rivela che solo il 56% di queste affida la gestione di marketing e digital marketing a qualcuno che ne abbia specifiche competenze. Nel 19% dei casi è il sales manager a occuparsi di questa area, l'11% delle volte è l'amministratore delegato e invece, nel 10% dei casi, viene esternalizzata alle agenzie. I ritardi e le difficoltà in termini di prestazioni e risultati aumentano se pensiamo alla gestione dei progetti digitali, ingrediente imprescindibile di ogni strategia sales & marketing aziendale. Nonostante la pandemia abbia contribuito a implementare soluzioni in tal senso, una ricerca del Politecnico di Milano rivela come il livello di digitalizzazione sia

ancora basso: solo il 26% delle aziende tra 10 e 250 dipendenti può considerarsi infatti matura da un punto di vista digitale. Per risolvere il gap di competenze delle Pmi in ambito sales & marketing, una soluzione ad alta accessibilità la offre il fractional management. Si tratta di una formula per cui si impiegano part-time, per periodi determinati di tempo, professionisti esterni qualificati, da intendersi non come semplici fornitori di servizi, ma come partner coinvolti nelle attività aziendali. Per supportare le Pmi italiane nella selezione specializzata di fractional manager nel settore del sales & marketing nasce MarketFit (<https://marketfit.it/>), network professionale ideato dal marketer professionista Stefano Casanova, che presta figure aziendali di primo li-

vello a imprese che ne abbiano necessità per un periodo di tempo determinato per alcuni giorni alla settimana. Marketfit prevede in particolare che il fractional manager ingaggiato si occupi anche dell'affiancamento interno di figure più junior. I criteri di ingresso dei manager nel network sono rigidi e prevedono almeno quindici anni di esperienza nella funzione sales & marketing in multinazionali o medie aziende, di cui almeno cinque trascorsi in ruoli manageriali. A questo si associa una valutazione sulle soft skills. L'aggiornamento professionale viene garantito dall'esistenza stessa del network, che prevede per gli aderenti incontri di formazione periodici con esperti esterni e condivisione di case history volte al confronto professionale.