

I consumatori, le tecnologie mobili e la loro diffusione: scenario e trend



Chi è Bluetooth?



Harald

Bluetooth[®]

chiamato così perchè mangiava bacche blu macchiandosi i denti

Ha unito la Norvegia con la Danimarca

La tecnologia unisce telefono e altri strumenti

La telefonia mobile continua a crescere

2,7 MLD cellulari nel mondo

SMS continuano a crescere – \$ 67 MLD
nel 2012

1 consumatore su 4 in Europa cambia
cellulare ogni anno



La crescita del Bluetooth

Oltre 1MLD cellulari equipaggiati con tecnologia Bluetooth

81% dei consumatori conosce il marchio Bluetooth



Diffusione e utilizzo prodotti/servizi in mobilità

CELLULARI WI-FI



600 milioni entro il 2009

CELLULARI NFC ENABLED



500 milioni entro il 2010

UTILIZZO WI-FI HOTSPOTS



+141% 2007 VS 2006

GPS PORTATILI



109,90 milioni entro il 2011

SMARTPHONE CON GPS



69,10 milioni del 2011

PALMARE CON GPS



28,30 milioni nel 2011

Convergenza dei servizi di prossimità



Il marketing di
prossimità è
sempre più
utilizzato





Il consumatore è pronto per
il proximity marketing?

Una ricerca Doxa



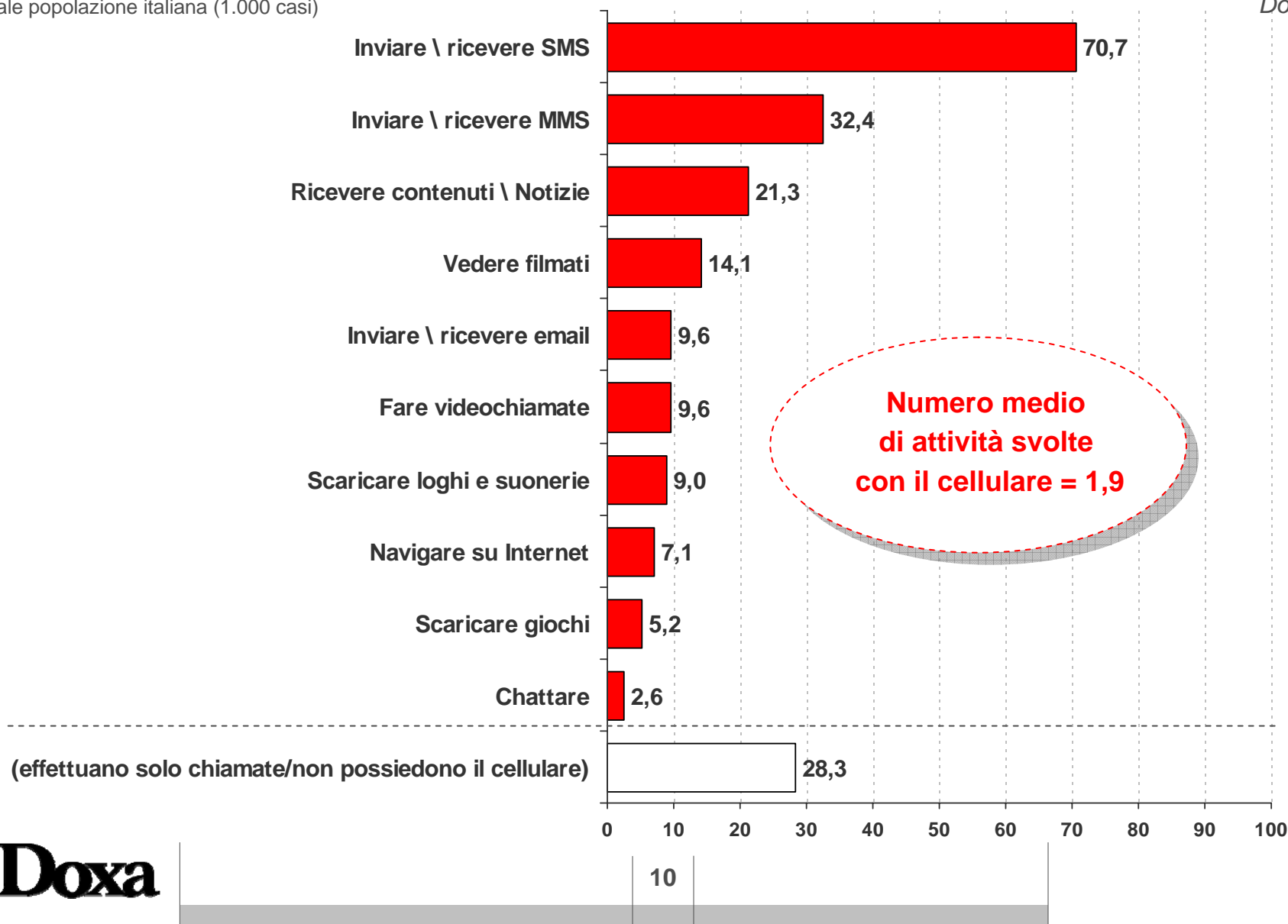
- ❑ attività svolte con il cellulare (anche solo occasionalmente)
- ❑ conoscenza e utilizzo della tecnologia bluetooth
- ❑ messaggi pubblicitari / promozionali sul cellulare
 - ❑ interesse a riceverli
 - ❑ ricezione (almeno una volta)
 - ❑ in quale/i occasione/i?

Gli Italiani e il cellulare: attività svolte anche solo occasionalmente

Base = totale popolazione italiana (1.000 casi)

Valori %

Dom. 1

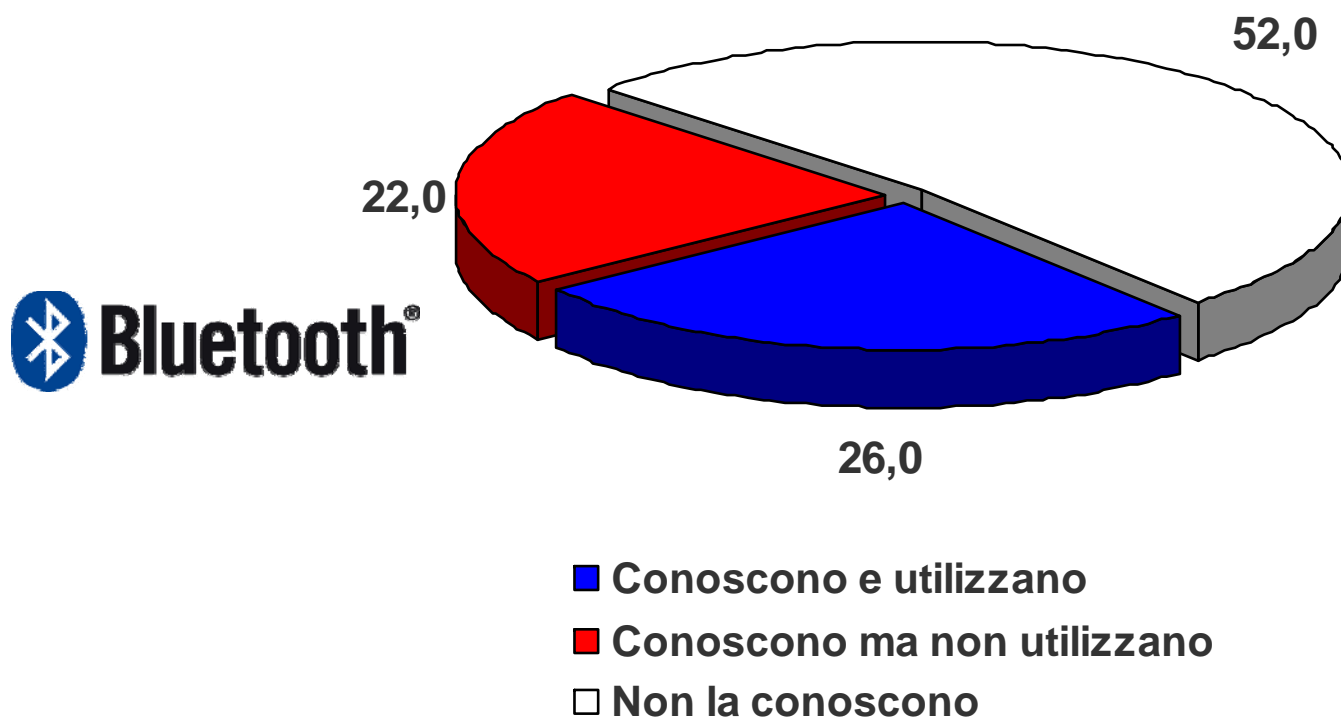


Gli Italiani e la tecnologia Bluetooth: conoscenza e utilizzo

Base = totale popolazione italiana (1.000 casi)

Dom. 4-5

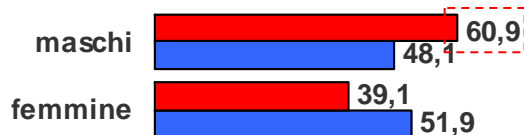
Valori %



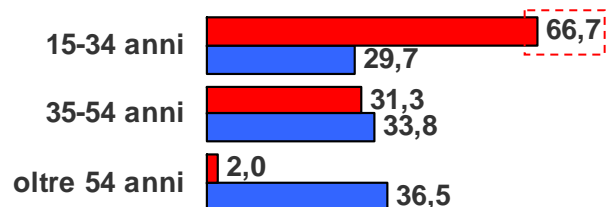
Profilo: user Bluetooth

Valori %

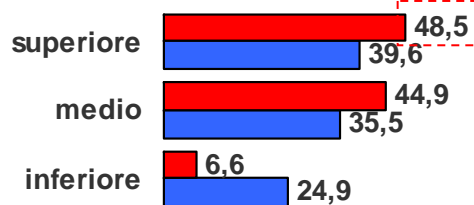
Sesso



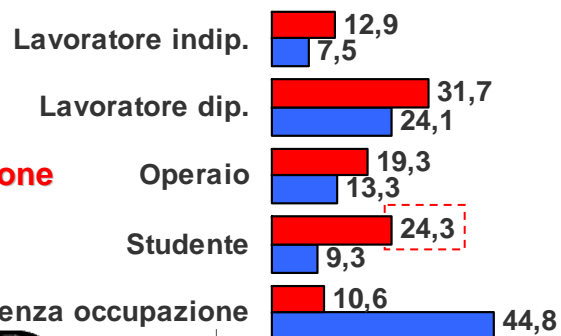
Età



Livello d'istruzione



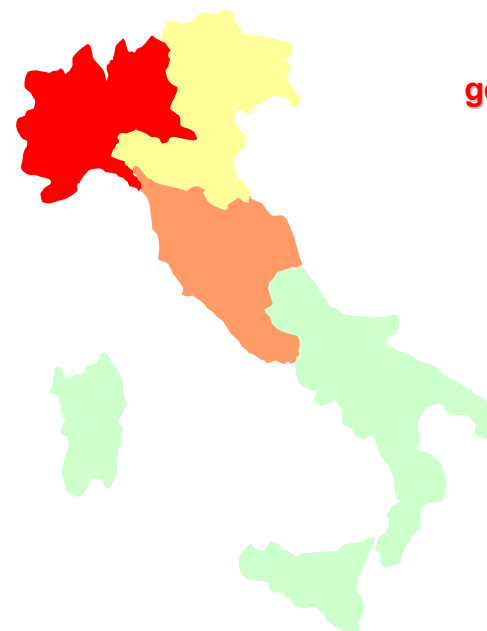
Professione



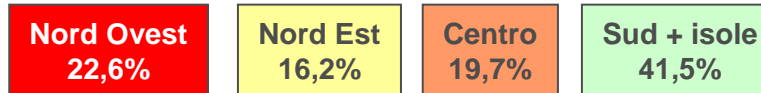
user bluetooth (260 casi)

totale popolazione italiana 15+ anni (1.000 casi)

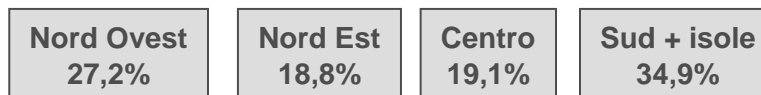
Area geografica



User bluetooth (260 casi)



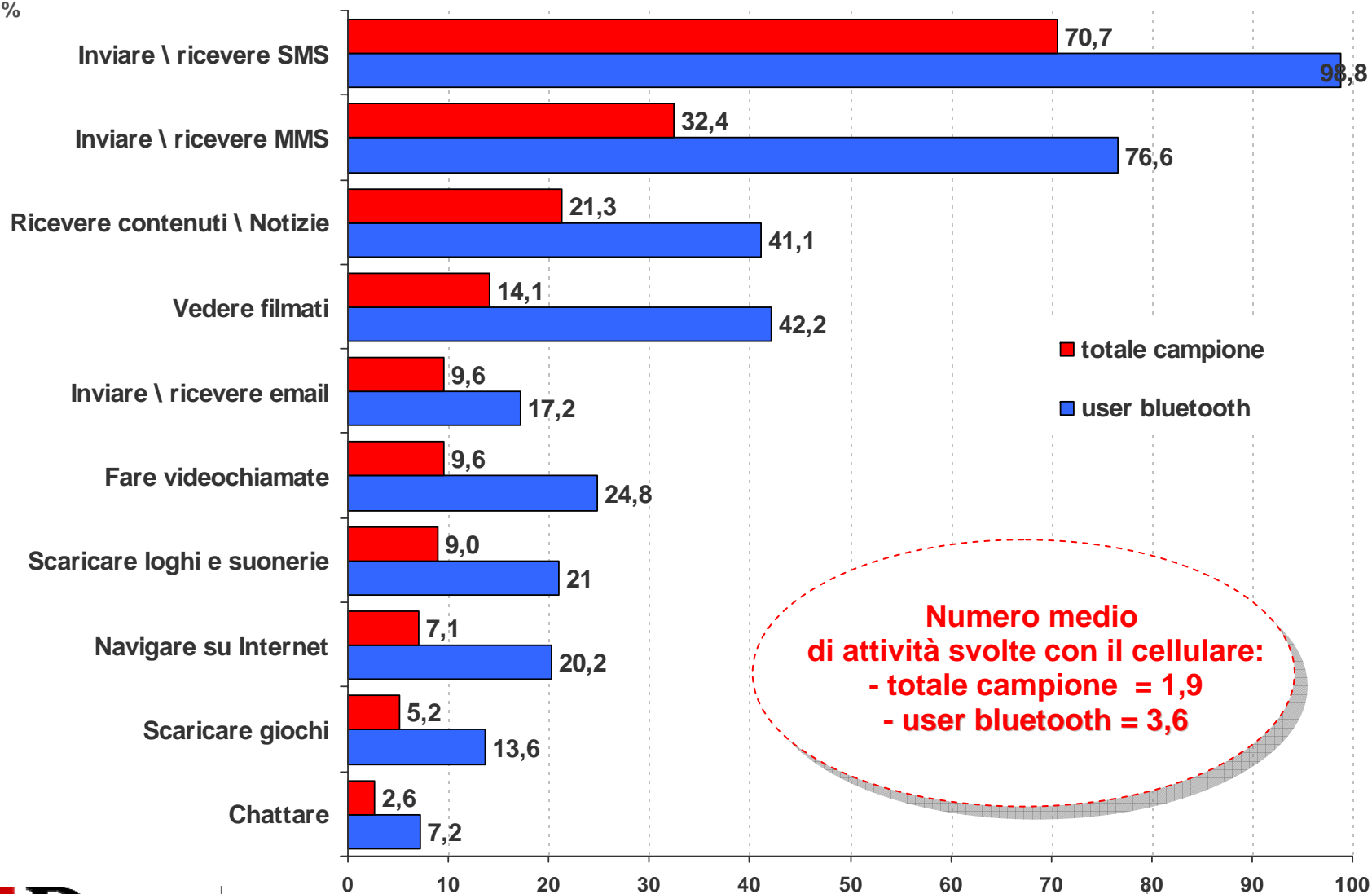
totale popolazione italiana (1.000 casi)



Attività svolte con il cellulare anche solo occasionalmente cfr. totale campione vs user Bluetooth

Valori %

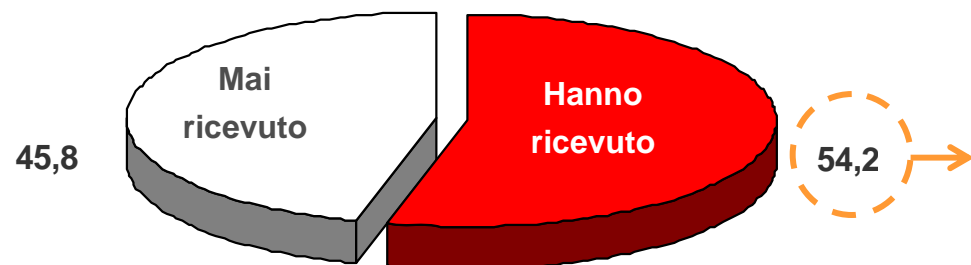
Dom. 1



Gli Italiani e i messaggi pubblicitari/promozionali sul cellulare

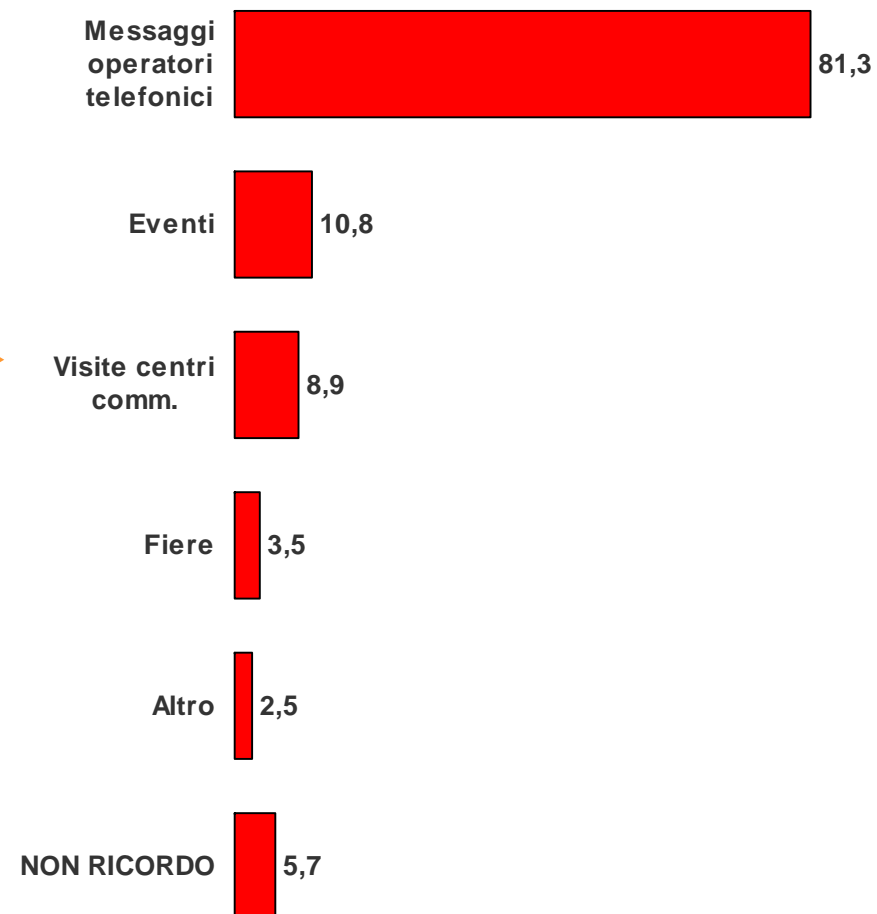
Base = totale popolazione italiana (1.000 casi)

Valori %



Base = hanno ricevuto messaggi pubbl. / promoz. sul cellulare

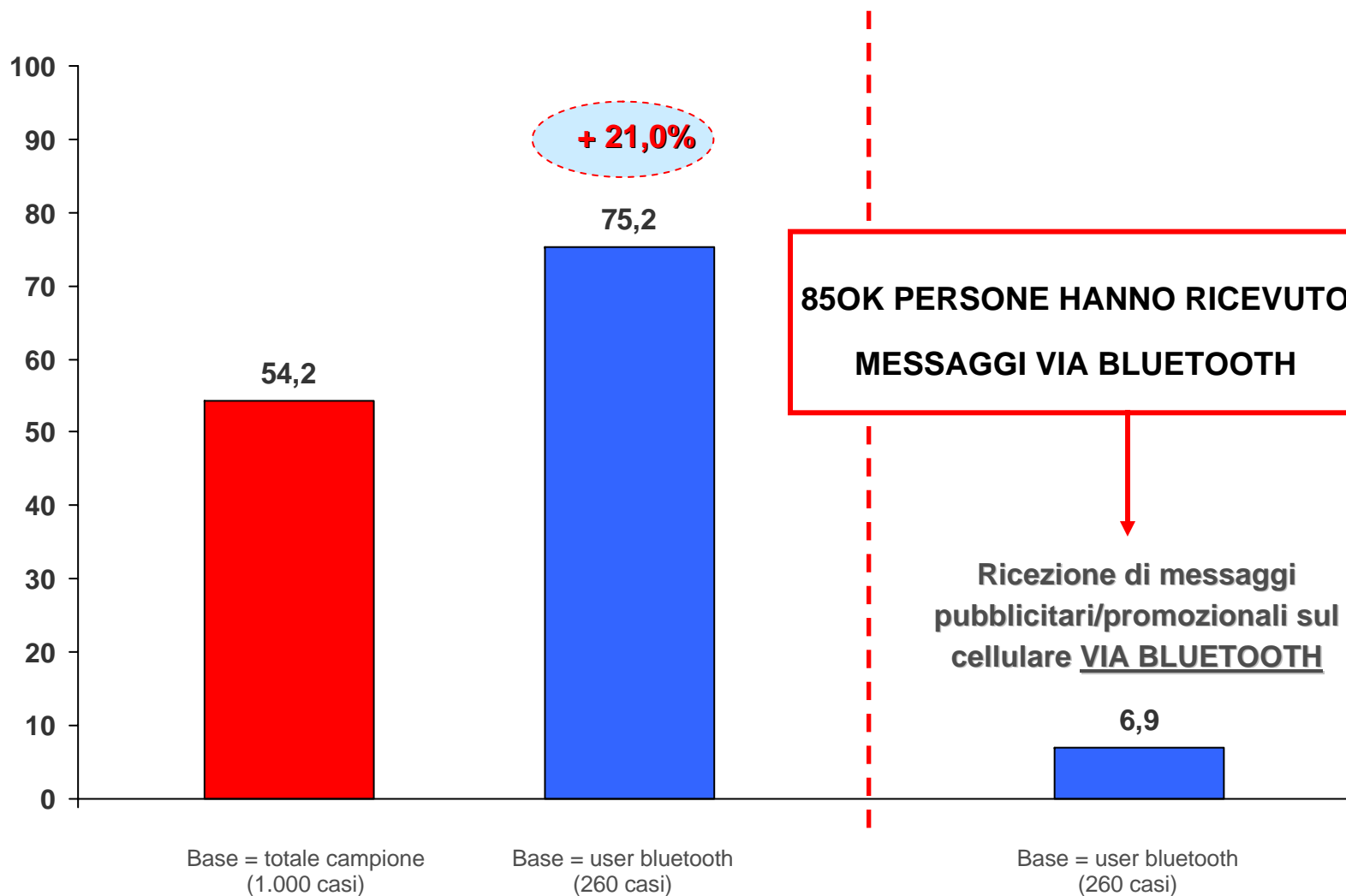
Dom. 2-3



Ricezione di messaggi pubblicitari/promozionali sul cellulare cfr. totale campione vs user Bluetooth

Valori %

Dom. 2-6



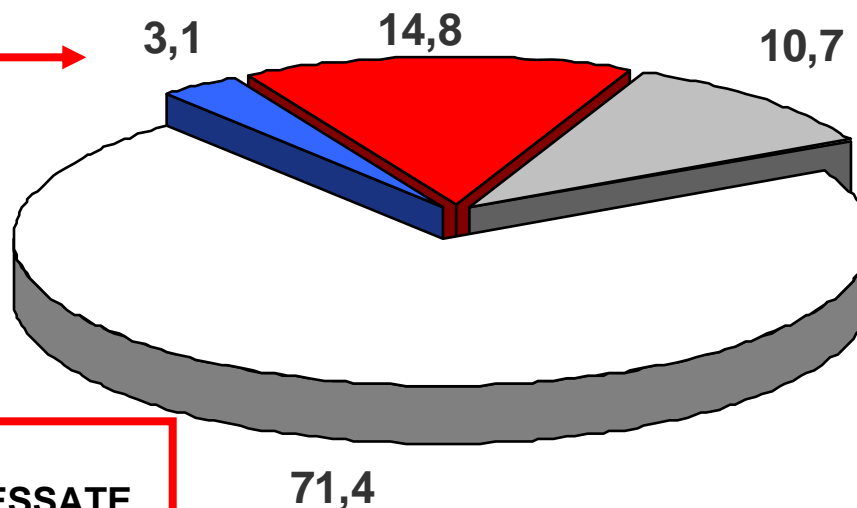
Gli Italiani e l'interesse a ricevere sul cellulare messaggi pubblicitari/promozionali riguardanti i negozi

Base = totale popolazione italiana (1.000 casi)

Dom. 7

Valori %

Le piacerebbe, passando davanti ad un negozio, ricevere sul suo cellulare informazioni pubblicitarie e offerte riguardanti prodotti presenti nel negozio stesso?



8.950K PERSONE INTERESSATE

■ Molto ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per nulla

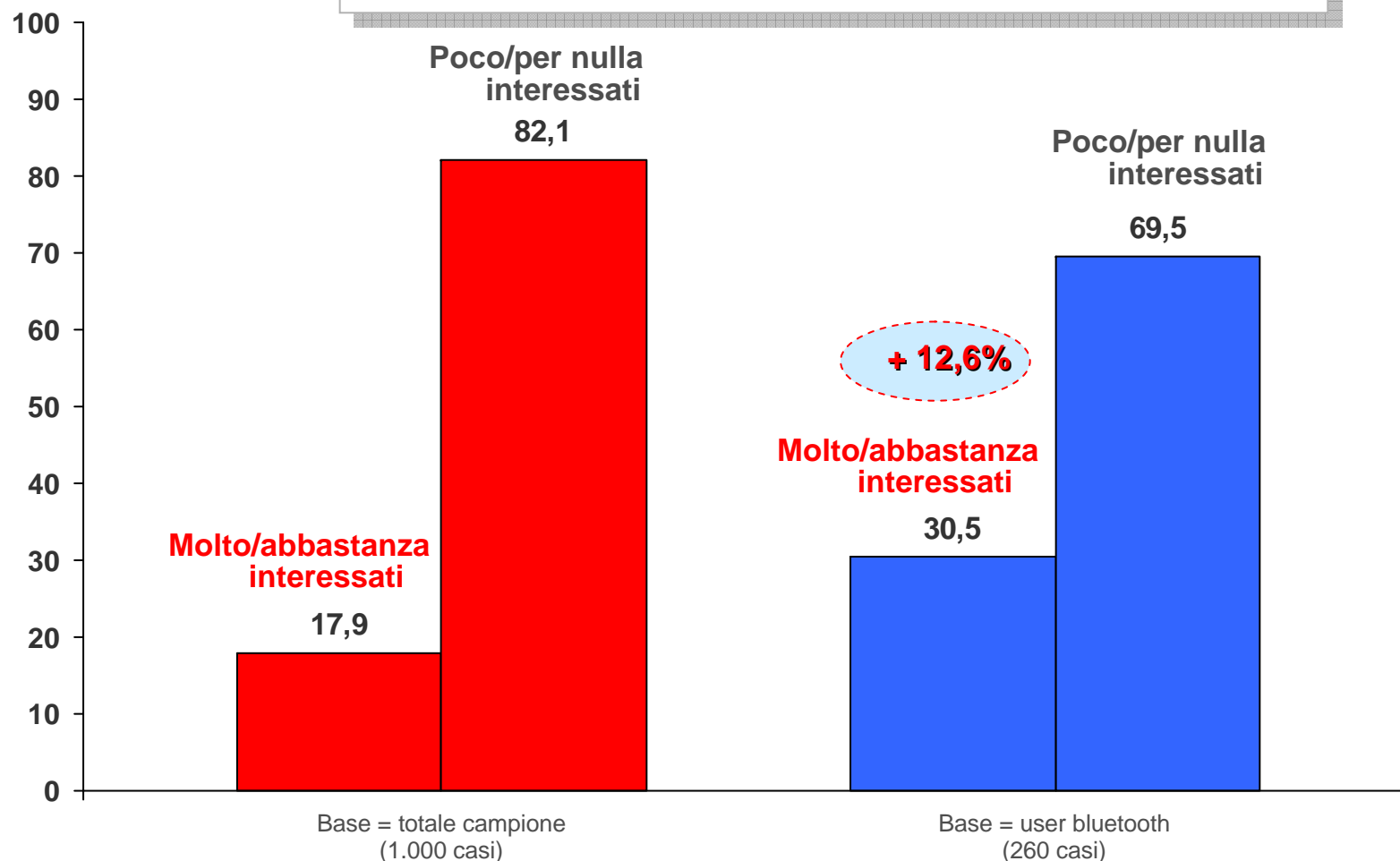
L'interesse a ricevere sul cellulare messaggi pubblicitari/promozionali riguardanti i negozi

cfr. totale campione vs user Bluetooth

Valori %

Dom. 7

Le piacerebbe, passando davanti ad un negozio, ricevere sul suo cellulare informazioni pubblicitarie e offerte riguardanti prodotti presenti nel negozio stesso?



Conoscenza del Bluetooth ancora bassa in Italia

L'utilizzo è invece rilevante (50% di chi conosce dichiara di usare il Bluetooth)

User Bluetooth sono un target alto spendente e attivo

Il proximity marketing è ancora in introduzione ma il target viene raggiunto in modo abbastanza efficace (quasi 900k persone hanno già ricevuto messaggi pubblicitari via Bluetooth)

Quasi 9 ML di persone in Italia si dicono interessate a ricevere messaggi pubblicitari “di prossimità”

Grazie

sergio.amati@doxa.it