

La Provincia di Cremona e Crema
il quotidiano leader del territorio cremonese da 75 anni
PubliA divisione commerciale di SEC Spa nata nel 1996
Manzoni concessionaria pubblicitaria nazionale
CSQ centro stampa dal 2014, GN4 il nostro sistema editoriale dal 2012
Diffusione media circa 14.000 copie Abbonati cartaceo + digitale 1.300
Pagine viste al mese 5 milioni, utenti unici in un anno 5 milioni

I giornali sono ancora aziende appetibili.
I contenuti li sappiamo fare e vendere.
Il digitale è una grande opportunità in tutti i lavori e settori.
Abbiamo rete collaboratori e rete vendita che nessuno ha.
Dabbiamo essere pronti quando mercato ripartirà.



Stiamo partecipando al progetto Digital Lab (Fieg-Google)
Obiettivo: utilizzare i nuovi strumenti anche per cartaceo,
massimizzare il traffico sul sito, massimizzare i ricavi da abbonamenti digitali

La ricetta di BCG per la pubblicità:

pubblicare alto volume di video, immagini e contenuti aggregati
ottimizzare il prodotto per scorrimento pagina e aggiornamenti più rapidi
aumento dati personali dell'utente

Focus BCG sugli abbonamenti:

offrire esperienza immersiva, app mobile di qualità elevata
copertura ed analisi esclusive
materiali multimediali di alta qualità (video, infografiche)

Web analytics specialist – Agenzia interna



Pubblicità e rete vendita:

- Obiettivi: immagine e fatturato, presidio del territorio (tutto a noi),
Noi sappiamo vendere ed i clienti ci ascoltano**
- Consulenza non solo prezzo ed obiettivi raggiungibili**
- Corsi di addestramento e formazione anche ai più vecchi**
- No linee dedicate e accademia per venditori (i giovani scappano)**
- Dati sempre aggiornati e risultati monitorabili in real-time (analytics)**
- Vendita pubblicitaria basata su impressions (n. esatto visitatori e click-through-rate)**
- Navigator per i clienti non lasciamoli a Google Ads o ai social fai da te**
- Listini condivisi e reali (le concessionarie locali non sono concorrenti)**
- Regole rispettate da tutti e fatte rispettare (elettorale)**
- Vendere prodotti che non muoiono di sera come il cartaceo**
- Vendere contenuti e prodotti iperlocalizzati (target tutti)**
- Contenuti premium – inserti anche cartacei di qualità**
- Formati pubblicitari iperlocalizzati con costo adeguato al mercato iperlocale**
- Campagne promozionali personalizzate.**



Suggerimenti ai partner (siamo una nicchia disposta ad investire):

Prodotti che costano poco ad editori e concessionarie

Prodotti esclusivi per il web e con margini economici sostenibili

Prodotti editoriali e video che si interfaccino facilmente con i sistemi editoriali

Prodotti graficamente realizzabili aggregando i contenuti realizzati da redazioni e collaboratori molto più preparati sul territorio rispetto agli influencer e blogger

(inserti digitali a pagamento, libri, pubblicazioni, video non emozionali, stories, presentazione uffici stampa, materiale per eventi)

Selezionare le piattaforme tecnologiche per contenuti con linguaggi adeguati

Edizioni del quotidiano iperlocalizzate anche sui contenuti (a scelta)

Crm e agenda per venditori: no campanelli a caso, più tempo per i clienti

App che segnali chi compra pubblicità sul web (50% del portafoglio)

Velocità mercato – velocità realizzazione

