

L'importanza di essere verticale

TAG Advertising gestisce un network di siti leader nel settore della tecnologia, che cattura un target evoluto e prezioso. Una strategia di espansione mirata su siti contigui per tematiche ha portato grandi successi. Il ventaglio di prodotti e servizi è in continuo aumento per permettere ai clienti della concessionaria una comunicazione sempre più incisiva ed efficace.

INTERVISTA a Giusy Cappiello, direttore vendite di TAG Advertising.

Dalla crisi economica emerge uno scenario dei media in cui Internet continua a erodere quote di mercato agli altri mezzi. Qual è stato il riscontro di TAG Advertising e come vi state preparando alla probabile ripresa del 2010?

Sicuramente il comparto della comunicazione in generale ha vissuto un anno molto difficile, lo si può evincere dalla contrazione della spesa totale in investimenti pubblicitari; tuttavia Internet è l'unico mezzo che sia riuscito a tener testa alla crisi. Per quanto riguarda TAG Advertising, che è uno dei principali attori della pubblicità online, si è trattato di un anno molto positivo, con i primi sei mesi del 2009 che segnano un +33% sul periodo analogo del 2008. Se poi guardiamo allo scenario di progressiva ripresa economica che dovrebbe consolidarsi nel 2010 non possiamo che essere ottimisti, anche perché auspichiamo che le imprese possano partire 'col piede giusto' con gli investimenti sull'online. Grazie anche al grande sforzo di education fatto dagli operatori dei mezzi digitali, crediamo che le aziende abbiano finalmente capito che Internet deve essere una parte fondamentale della loro comunicazione.

TAG Advertising è specializzata in siti a target tecnologico, con escursioni in target contigui come motori, lifestyle e business. Quali sono i



Giusy Cappiello, direttore vendite di TAG Advertising

vostrici criteri di scelta nell'ampliamento e nell'ottimizzazione del network e quali le nuove opportunità che offrite alle aziende?

La definizione giusta dei nostri criteri di espansione è contiguità. TAG Advertising nasce infatti quale concessionaria specializzata sul target Information Technology, del quale è leader incontrastata, grazie soprattutto a HTML.it e Hardware Upgrade, costantemente alla guida della classifica di Nielsen Online nella categoria 'Computer And Consumer Electronics News'; a



Il progetto speciale "Microsoft Defy all challenges", creato per promuovere la suite Microsoft Visual Studio su HTML.it, che si è aggiudicato l'Interactive Key Award 2009 nella categoria Advergame

questi si affiancano sull'IT Digital.it, Webnews, AV Magazine e altri. Da subito ci siamo rivolti a segmenti contigui quali il business, con PMI.it, Fiscoetasse.com e ora ManagerOnline, per poi aprirci all'automotive con Motori.it, all'entertainment con GamesNation e GameStorm, e al lifestyle con LuxuryOnline. Anche il network di blog professionali oneBlog ci ha permesso di approcciare target differenti ma verticali e contigui. In tutti i casi si tratta di testate editoriali di qualità, rivolte ad utenti evoluti e dal profilo socioeconomico medio-alto, che riusciamo a raggiungere grazie a progetti speciali che li informano e intrattengono, guidandoli all'acquisto: ne sono un esempio gli speciali editoriali, realizzati grazie alla sinergia con le redazioni, che hanno ottenuto risultati eccellenti in termini di call to action e lead generation. Per il prossimo anno amplieremo la nostra offerta con il mobile adv, tramite versioni dedicate dei siti in concessione, e soprattutto puntando sull'e-mail marketing, grazie al nostro database di iscritti profilati in continuo sviluppo.

Nel campo del display advertising la vostra offerta è molto ampia, sia in termini di formati standard che di rich media: quali vi stanno dan-

TAG ADVERTISING

Viale Franco Angeli, 5 - 00155 Roma
 Corso Venezia, 44 - 20121 Milano
 Tel. 06 23232310/06 23217686 - Fax 06.23218617
 info@tagadvertising.it
 www.tagadvertising.it

Board di direzione. Massimiliano Valente, amministratore; Giusy Capiello, direttore vendite.

Servizi offerti. TAG Advertising è una concessionaria dinamica, capace di sintetizzare verticalità del target, qualità dei contenuti e competenze tecnico-creative. Tutto questo si traduce in campagne tabellari e DEM altamente performanti, insieme a soluzioni "chiavi in mano" originali e di grande impatto.

Numero addetti. 14

Clients. Activision, Adobe, BMW, Canon, Cisco, Dell, EGL, Enel, Fastweb, FIAT, Ford, Fujitsu Siemens, Google, HP, IBM, Intel, LG, Mercedes-Benz, Microsoft, Nissan, Nokia, Opel, Oracle, Peugeot, Poste Italiane, Renault, Samsung, Sony, Tele 2, Telecom Italia, Tiscali, Vodafone, Volkswagen Group, Volvo, Wind.

do le maggiori soddisfazioni?

Oltre agli speciali editoriali, i formati che hanno registrato performance migliori sono il footer expanding e l'active top, che con l'utilizzo di animazioni interattive di grande impatto colpiscono il navigatore e lo spingono ad approfondire la conoscenza del prodotto. Ottimi risultati hanno avuto anche gli advergame, come quello realizzato per Microsoft Visual Studio, che coinvolgono attivamente l'utente. Per tutti i formati citati, fondamentale è sempre l'apporto di H Lab, la web agency interna, che, grazie al suo forte know how in termini di creatività e innovazione, ci permette di proporre progetti speciali e rich media vincenti. Con un unico denominatore comune: la personalizzazione sulle esigenze dell'inserzionista.