

RAFFORZAMENTO AI VERTICI DELLA CONCESSIONARIA DI PUBBLICITÀ DIGITALE

Tag Advertising cresce, arriva Cristina Pianura

SIEDERÀ SULLA POLTRONA DI DIRETTORE GENERALE E AFFIANCHERÀ LA RETE VENDITA GUIDATA DA GIUSY CAPPIELLO

In **Tag Advertising** arriva **Cristina Pianura**: dopo il lancio di **Tag Direct** è la seconda novità 2010 per la concessionaria di pubblicità digitale. Pianura nel ruolo di direttore generale affiancherà **Giusy Cappiello**, direttore vendite, completando il team di direzione.

Nuovo anno, nuovo incarico. Per Cristina Pianura si apre una nuova esperienza...

L'opportunità di lavorare in **Tag Advertising** è una bellissima sfida che ho voluto cogliere in un momento delicato per il mercato della pubblicità online, in cui per vincere la concorrenza occorre essere dotati di una "marcia in più". In **Tag Advertising** ho trovato tutti i presupposti giusti: azienda leader nel suo settore, grande attenzione al cliente, elevatissima professionalità e un gruppo molto coeso, determinato ad affrontare con ambizione e mentalità vincente l'anno appena iniziato.

Una carriera dedicata alla comunicazione interattiva. Quali aspettative per il 2010?

Penso sarà un anno difficile, in cui il budget di spesa in adv non crescerà di molto rispetto al 2009. Sono però convinta che le aziende premieranno soprattutto gli editori e le concessionarie che più di altre saranno in grado di fornire servizi concreti, efficaci ed efficienti, oltre a chi riuscirà a essere più innovativo. Internet è destinato a permeare sempre più la vita delle persone e a coinvolgere fasce via via più ampie della popolazione: questo lo rende finalmente un medium di massa, che non perde comunque la sua caratteristica di estrema profiliazione. L'audience in internet si scompone



Cristina Pianura

e ricomponere in base ai propri specifici interessi, e interagisce con il mezzo in modo diverso a seconda dell'interesse che esprime in quel momento. Per questo il concetto di copertura da solo non basta: i clienti devono guardare anche alla qua-

lità della relazione con il proprio target di riferimento.

Un bagaglio di esperienza nell'online più che consolidata, cosa porterà in Tag Advertising?

La mia esperienza nella costruzione e gestione di network complessi. E il mio obiettivo sarà offrire nuove opportunità di business alla già solida forza vendita di **Tag Advertising** conquistando la leadership assoluta in altri target e settori e supportandola verso un nuovo posizionamento più polarizzato; il tutto senza tuttavia perdere la specificità nei settori It, business e automotive che sono il driver di crescita degli ultimi anni.

Quali strategie si sta preparando a mettere in atto?

Tag Advertising dispone di merce rara e preziosa per il mercato

dell'adv online: l'affermazione di **Tag Direct** come leader nel settore dell'e-mail marketing è un primo passo fondamentale, poi vogliamo puntare sul consolidamento del target business, visto che a oggi siamo il secondo operatore per numeri nel panorama dell'offerta internet, e stiamo strutturando un'offerta commerciale specifica per target di alto profilo, molto high-spender, dove confluiranno le linee editoriali legate al lusso, all'automotive e al lifestyle più esclusivo.

Un desiderio per il mercato e per la sua professione...

Mi auguro che il mercato premi soprattutto gli operatori più attenti ai risultati e al servizio. Per quanto riguarda la mia professione, il desiderio si è già avverato.

Giusy Cappiello, «Obiettivo: leadership di mercato»

Tante le novità di **Tag Advertising** per il 2010, in primis il rafforzamento ai vertici; al direttore vendite **Giusy Cappiello** chiediamo quali siano le strategie alla base dell'operazione: «L'annuncio di questo nuovo ingresso segue di pochi giorni la nascita di **Tag Direct**, la nostra divisione specializzata in e-mail marketing. Il rafforzamento della leadership sul target It e gli ottimi risultati ottenuti sui segmenti automotive e business, hanno permesso di chiudere con un incremento a due cifre un anno non facile come il 2009. Forte di questi numeri **Tag Advertising** affronta il futuro con obiettivi ambiziosi e l'arrivo di **Cristina Pianura**, che conosco da anni e con la quale mi trovo in perfetta sintonia, non potrà che accelerare il processo di consolidamento della concessionaria tra i protagonisti dell'advertising digitale».

Cosa si aspetta dall'ingresso di Cristina Pianura nella concessionaria?

La rete vendita di **Tag Advertising** è pronta ad affrontare la sfida impegnativa dell'allargamento ad altri settori e inserzionisti, consapevole dell'importanza di preservare i propri punti di forza: qualità degli editori, cura meticolosa del cliente e capacità di proporre originali progetti speciali. Cristina è chiamata a estendere il network di siti in concessione, mentre io continuerò a concentrarmi su direzione e sviluppo della rete di vendita. La complementarità del ruolo che viene a occupare è proprio uno degli aspetti più convincenti di questo passaggio; di fatto non sostituisce altre risorse, ma arricchisce **Tag Advertising** di una nuova figura professionale, perfettamente integrata e dal grande potenziale in termini di espansione del business e apertura a nuovi mercati. Un segnale di forte impegno alla crescita che lanciamo agli investitori pubblicitari e agli editori di qualità che aspirano a una concessionaria che ne valorizzi il potenziale.



Giusy Cappiello