

APP SCARICATE **3.5 MILIONI**
AUTO SCOUT 24
 7.5 MILIONI DI UTENTI UNICI
 28 MILIONI DI VISITE
www.autoscout24.it



Media Skuola.net, nel 2017 5 milioni di browser unici e raccolta adv in crescita a doppia cifra

CONSUNTIVO DI FINE ANNO PER IL SITO. LE PAROLE DI MARCO SBARDELLA, HEAD OF MARKETING & BUSINESS DEVELOPMENT E CO-FOUNDER

11

Gare Affidato a Plan.Net l'incarico per la comunicazione social di Lidl Italia

LA DIGITAL AGENCY DEL GRUPPO SERVICEPLAN, CHE HA NOMINATO IL NUOVO AMMINISTRATORE DELEGATO, MICHELE LORENZI, SUPPORTERÀ L'INSEGNA

4

Aziende Amazon si dirige verso il modello dei walled garden

IL PIANO SAREBBE LASCIARE CHE GLI ANNUNCI VIDEO FLUISCANO AUTOMATICAMENTE ATTRAVERSO AMAZON ADVERTISING PLATFORM

28



16 Aziende/2 Fiat: Leo Burnett firma un video con Elio e le Storie Tese

UN FILMATO PUBBLICATO SUI CANALI SOCIAL DEL GRUPPO AUTOMOTIVE MOSTRA UNA SERIE DI RETROSCENA NON UFFICIALI SECONDO I QUALI LA BAND TORNERÀ A ESIBIRSI

24 Mercato Mapp Digital: guida pratica per gestire l'adv mobile a Natale

L'AZIENDA PROPONE UNA SERIE DI SOLUZIONE UTILI PER DISTINGUERSI DALLA CONCORRENZA E AIUTARE I MARKETER A CONQUISTARE L'ATTENZIONE DEI PROPRI CLIENTI

TARGET AUTOMOTIVE? NOI LO CONOSCIAMO BENE!

Dati Web+Mobile: Gennaio 2016 (Google Analytics)



AutoScout24 Italia S.r.l. - Via Pordenone 8, 20132 Milano (Italy)
 Sales Director Michele Mango, T. 02 21080829 - mmango@autoscout24.com
 WebAds - Srl Via Olmetto 21, 20123 Milano (Italy) - T. 02 92889700 - info@webads.it - www.webads.it

www.autoscout24.it



radioitalia.it

Skuola.net Nel 2017 5 mln di browser unici e adv in crescita a doppia cifra

Consuntivo di fine anno per il sito, «La prima tra le testate dedicate al mondo studentesco», come racconta Marco Sbardella, head of marketing & business development e co-founder. Nel carriera del prossimo anno previsto un libro, ma anche un cambio di posizionamento

Chi se ne frega della Scuola?! Un sentimento di ostilità che tutti hanno provato nella vita, una situazione impossibile da sfuggire (e meno male), i registri che si aprono inesorabili e che ricorrono negli incubi anche a distanza di decenni dall'ultima volta. Nonostante il fascino oscuro che accompagna gli anni della formazione sia immutabile e mantenga sempre un qualcosa di poco gradevole, oggi, bisogna ammetterlo, i vantaggi non sono pochi e la strada appare un po' più facile, magari non sotto forma di discesa ripida, ma comunque più agevole e forse anche divertente. E il merito potrebbe essere attribuito a una realtà come Skuola.net che, ormai da lustri, ridisegna, ridefinisce la formazione in chiave nazionale.

PUNTO DI RIFERIMENTO NON SOLO PER GLI STUDENTI

Skuola.net è la più seguita delle aule virtuali, che si trasformano in sostegno concreto, magari anche in aiuto insperato. «Il riconoscimento arriva dagli utenti stessi, per loro siamo ormai il punto di riferimento per tutto

di DAVIDE SECHI



ciò che riguarda il mondo scolastico e universitario. Il nostro obiettivo principale rimane il medesimo di sempre: svechiare la scuola, ma senza inutili aggressioni, piuttosto aiutandola a progredire, creando percorsi di aggiornamento co-

stanti». A sottolinearlo è Marco Sbardella, head of marketing & business development e co-founder. E, attenzione, la fama si è talmente estesa, il prestigio si è così consolidato che tra i lettori ci sono adesso anche genitori e docenti.

IL SUCCESSO IN CIFRE

L'avanzata di Skuola.net trova una rigorosa conferma nei numeri: «Il 2017 lo chiuderemo con un fatturato pubblicitario in crescita a doppia cifra. Un risultato importante raggiunto con la nostra concessionaria Mediamond e grazie anche ai progetti di branded content dei quali siamo ideatori». E a proposito, «Il nostro video branded content sta riscuotendo un notevole successo, come testimonia la media di quasi 2 milioni di visualizzazioni sui nostri video branded; tenendo conto che il target di riferimento è di circa 4 milioni di utenti, raggiungiamo una copertura del 50%». Il sito, poi, va a gonfie vele: «Ogni mese raggiungiamo una media di 5 milioni di browser unici e in un anno il traffico è cresciuto di circa il 40%. Inoltre, registriamo 2,5 milioni di utenti iscritti e attivi sul sito e 1 milione di fan sui social».

TRA SCUOLA E LAVORO, UNA LINEA APERTA CON LE AZIENDE

Skuola.net che pensa in prospettiva ma è capace di muoversi al passo con i tempi e gi av-

venimenti. Ed è qui che nasce l'impegno nel progetto "Alternanza Scuola/Lavoro", un'innovazione divenuta legge nel 2015 che prevede un'esperienza obbligatoria in azienda per tutti gli studenti dell'ultimo triennio delle scuole superiori. E il sito ricopre in questo caso due ruoli: vetrina per le aziende che stanno aprendo le proprie porte agli studenti, come Eni, e consulente delle stesse aziende coinvolte, delle quali «Siamo partner a tutti gli effetti. A loro consigliamo quali misure da adottare per candidarsi, ospitando la loro presentazione sul nostro sito».

SI CAMBIA!

E come tutti i leader veri, Skuola.net non si ritira nei brindisi e nei festeggiamenti esagerati, ma rilancia. Addirittura pensa a un nuovo posizionamento: «L'obiettivo è diventare una piattaforma Ed-Tech (Educational Technology). Nel 2016 abbiamo lanciato il Marketplace per le ripetizioni che oggi può vantare 40.000 tutor in tutta Italia; ora è arrivato il momento di fare un passo ulteriore e trasformarci in una piattaforma di riferimento non solo media».