Gli Advergames: opportunità, criticità e prospettive di sviluppo

Da alcuni anni le aziende del mercato nazionale e internazionale incentrano il proprio Marketing Mix su strumenti e iniziative di On-line Advertising. Si tratta di strategie di comunicazione sempre più innovative, che acquistano una valenza sempre più importante all'interno delle aziende, di pari passo con l'evoluzione del Web e la crescita esponenziale dell'utenza on line. Di recente, inoltre, il consolidamento tra gli utenti della rete di piattaforme di gaming ha stimolato le aziende a prestare sempre più attenzione a forme di advertising legate all'intrattenimento; si tratta di una leva strategica che ha portato alla nascita di nuovi strumenti come gli Advergames, che permettono alle aziende di sfruttare le opportunità offerte dagli strumenti interattivi del Web, per la creazione di un coinvolgimento diretto e bidirezionale con i consumatori attuali e potenziali. Il seminario analizza il mercato dei Video Game Advertising, mettendone in rilievo le strategie pubblicitarie, le modalità di applicazione e le esperienze concrete nel panorama nazionale e internazionale, fornendo spunti di riflessione per valutarne opportunità e criticità.

Agenda (1 giorno)

Lo scenario della comunicazione di marketing e pubblicitaria on line:

dal Marketing tradizionale all'On-line Marketing
le nuove strategie di marketing: Relazionale ed Esperenziale
dal Mainstream Advertising alla pubblicità on line
dai banner al Web 2.0 Advertising.

Gli Advergames:

definizione di Advergame: Video Game Advertising
le tappe evolutive del fenomeno
le caratteristiche tecniche degli Advergames
le tipologie di Advergames
il target degli Advergames.

Come realizzare Advergames in azienda:

le strategie di Advergames
le fasi di sviluppo di un Advergame
il monitoraggio della redemption di un Advergame
i punti di forza degli Advergames nelle strategie di marketing
i rischi degli Advergames come strumenti di brand advertising.

I modelli di distribuzione:

gli Advergames Web based: Istant Messagging e Social Network
gli Advergames su telefonia mobile
Augmented Reality Games.

Il mercato degli Advergames:

la diffusione del fenomeno in Italia
le esperienze nazionali e internazionali di Advergame
i dati sugli utenti che utilizzano Video Game Advertising
i possibili scenari futuri.

Obiettivi

Presentare il panorama degli Advergames, con riferimento alle opportunità e ai rischi per le aziende di realizzare forme di Video Game Advertising nell'ambito delle proprie strategie di marketing e di pubblicità.

Destinatari e Prerequisiti

A chi è rivolto

Quanti operano nell'Area Marketing e Comunicazione.
Responsabili nelle PMI.

Prerequisiti

Nessuno.

Iscrizione

Reiss Romoli 2024

Quota di Iscrizione: 640,00 € (+ IVA)

La quota comprende la didattica, la documentazione, il pranzo e i coffee break. Al termine del corso sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

Partecipazioni Multiple

Per le partecipazioni multiple che provengono da una stessa Azienda, è adottata la seguente politica di sconto:
10% sulla seconda
40% sulla terza
80% dalla quarta in poi.

Informazioni

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel 0862 452401 - fax 0862 028308
corsi@ssgrr.com

Date e Sedi

Date da Definire

Formazione in House

Il corso può essere svolto presso la sede del Cliente e personalizzato nei contenuti.

Segreteria Corsi - Reiss Romoli s.r.l. - tel +39 0862 452401 - fax +39 0862 028308
email: corsi@ssgrr.com

Reiss Romoli 2024