

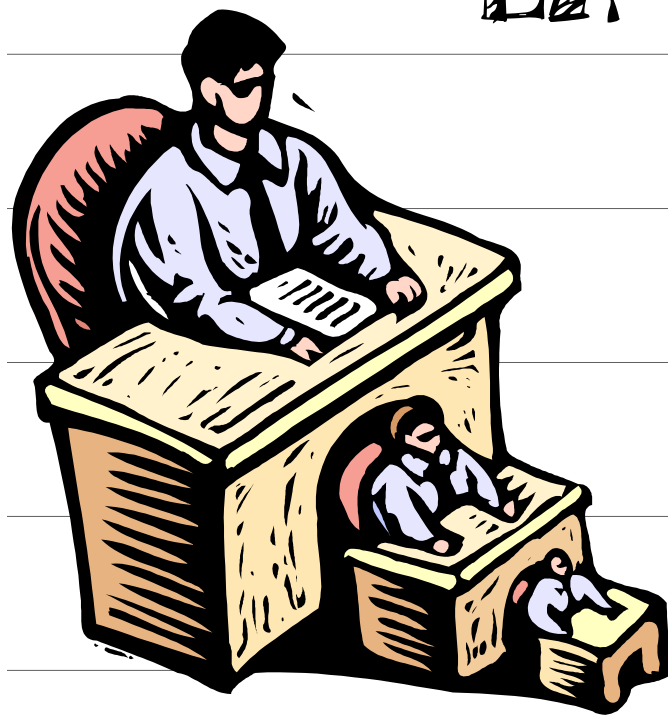
**COME PORTARE OFFLINE
L'AUDIENZA ONLINE
28 MARZO 2002**

GIANNI CATALFAMO

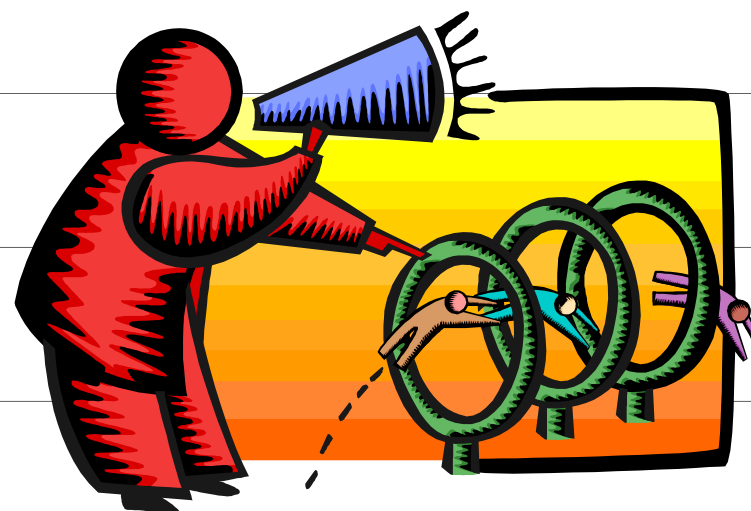
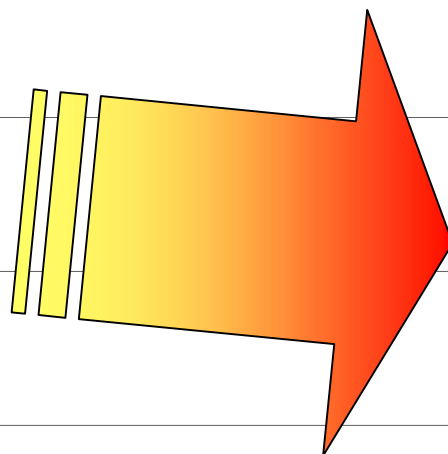
Partner

BRODEUR
IMAGETIME

LA REPUTAZIONE



AZIENDA

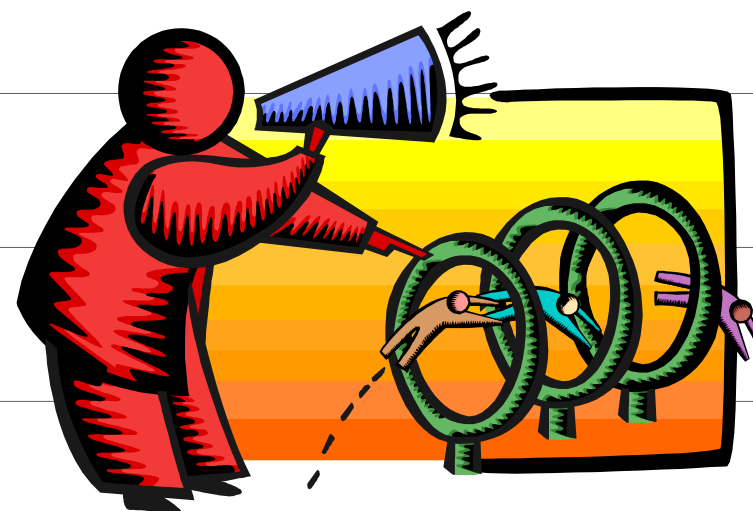
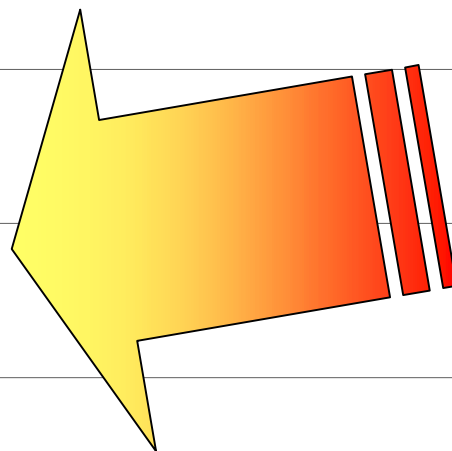


**UFFICIO STAMPA
(AGENZIA)**

LA REPUTAZIONE

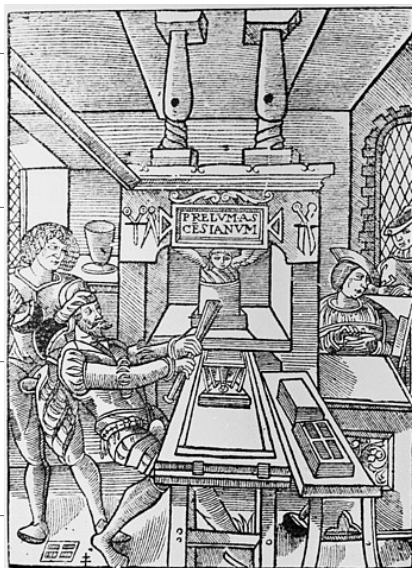


MEDIA

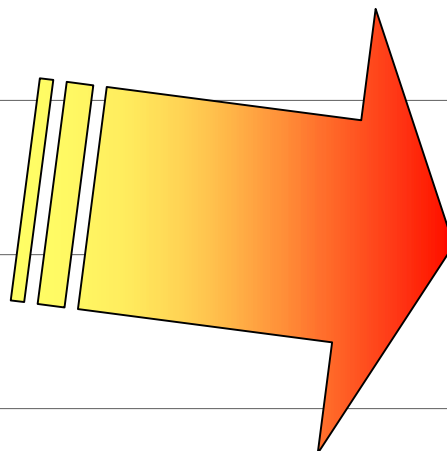


**UFFICIO STAMPA
(AGENZIA)**

LA REPUTAZIONE



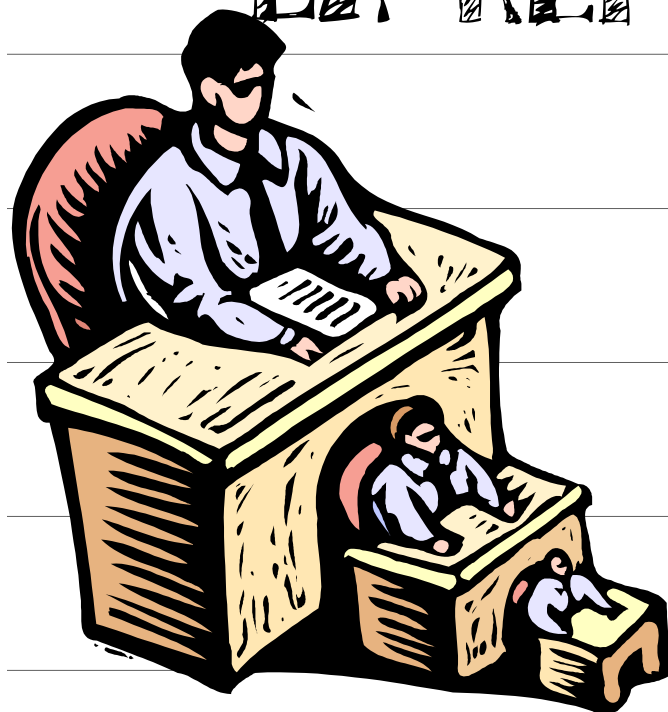
MEDIA



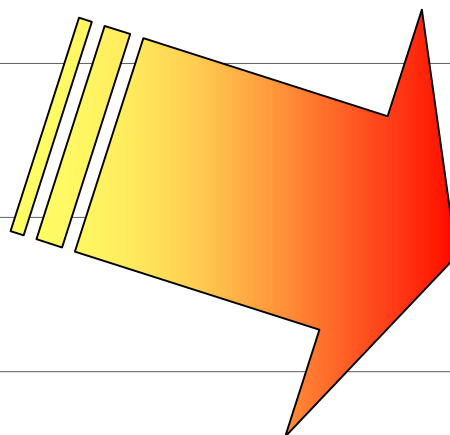
PUBBLICO



LA REPUTAZIONE ONLINE



AZIENDA



PUBBLICO



LA REPUTAZIONE ONLINE

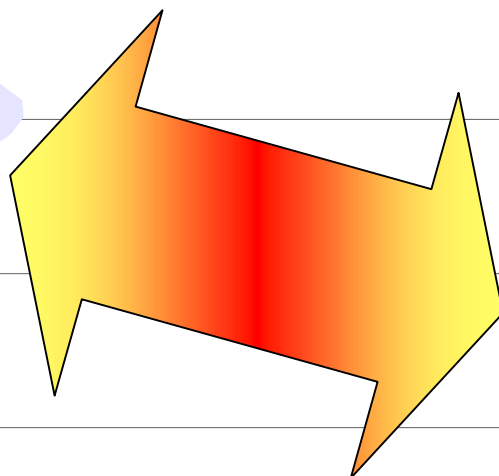


AZIENDA

PUBBLICO



PUBBLICO



COMUNITA' ONLINE

• PRIMA DI ESSERE:

• 44 anni

• maschio

• bianco

• sposato

• tre figli

• cattolico

• italiano

COMUNITA' ONLINE

• SONO:

194. 185. 13. 254

COMUNITA' ONLINE

CASO DI STUDIO:

IL MERCATO DEI VIDEOGIOCHI



IL PROBLEMA

- **BREVE VITA DI SCAFFALE**
 - < 4 settimane
 - **“CHURN” ELEVATISSIMO**
 - 18 / 24 titoli all'anno
 - **STAMPA SPECIALIZZATA DEBOLE**
 - Mensile
 - Poco numerosa
-

LA SFIDA

- CULTURA “UNDERGROUND”
- ELEVATA PROPORZIONE DI NON ALLINEATI

DOVE SI CREA LA CULTURA DEL GIOCO ?

- [It.comp.console](#)
 - [It.comp.console.playstation](#)
 - [It.comp.giochi](#)
 - [It.comp.giochi.action](#)
 - [It.comp.giochi.avventure.grafiche](#)
 - [It.comp.giochi.rpg](#)
 - [It.comp.giochi.simulatori.sportivi](#)
 - [It.comp.giochi.strategici](#)
 - [It.comp.giochi.sviluppo](#)
-

RADIOGRAFIA DEL "GAMER"

- **ASSIDUITA'**

- media 180 post / giorno

- **FOCALIZZAZIONE**

- poco offtopic, poco spam

- **BRANCO**

- Diffidenza verso gli estranei

- Senso di appartenenza

COSA GLI INTERESSA D'AVVERO ?

- **Giocare**, non solo parlare
- Avere **notizie "fresche"**
- Essere tra i primi a **provare un nuovo gioco**
- Essere **considerati degli esperti** – dai propri pari

COME ENTRARE ?

- **SINTESI DI UNA PERSONALITA'**

- A carte scoperte
- Informativa
- Con buon anticipo
- Rispettosa

- **PROPOSTA DI EVENTO DAL GRUPPO AL
PRODUTTORE**

- Riconosce il ruolo di influenzatore
- Inediti

IL MESSAGGIO

**CI IMPORTA
DI VOI !!**

COMMUNITY:

THE MICROIDS OPEN DAY

- 47 "pesci piloti"
- Invito riservato
- 37% risposta !!!
- Feedback entusiasmante
- Copertura stampa
positiva conseguente
alle valutazioni dei NG



COMMUNITY + VIRAL: PERSIAN WARS LAUNCH PARTY

- **QUANDO:** 13 giugno 2001

- **DOVE:** Casablanca – Milano

- **COME' ANDATA:** male, ne sono rimasti fuori oltre duecento



GRAZIE !

gcatalfamo@imagetime.it

www.imagetime.it

Il contenuto di questa presentazione e' proprieta' intellettuale di Brodeur ImageTime.
Nessuna sua parte puo' essere usata o adattata senza il nostro preventivo consenso.