

RASSEGNA STAMPA

Su Snai.it tutte le emozioni della Serie A in streaming

Gol ed emozioni, minuto per minuto: a Serie A è in diretta streaming su Snai.it per gli utenti registrati al portale di gioco, con le gare che saranno disponibili anche in modalità "mobile".

02 dicembre 2016

Snai punta sul digital marketing e nel 2017 investe il 40% del budget

AL CENTRO DEL FOCUS DELLA COMUNICAZIONE IL CLIENTE, CHE SARÀ STIMOLATO E INFORMATO SULLE MIGLIORI OFFERTE ATTRAVERSO CAMPAGNE PROGRAMMATIC



FABIO SCHIAVOLIN, AMMINISTRATORE DELEGATO DI SNAI

Strategie Snai punta sul digital marketing e nel 2017 investe il 40% del proprio budget

Al centro del focus della comunicazione il cliente, che sarà stimolato e informato sulle migliori offerte attraverso campagne programmatic

Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E infatti, l'azienda per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso

campagne programmatic, tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori.

TECNICHE INNOVATIVE DI ACQUISIZIONE IN UN'OTTICA OMNICHANNEL

"L'innovazione - dichiara



ra Fabio Schiavolin, ad del Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze

che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente al centro delle nostre iniziative, attraverso un'efficace sinergia tra tutti i cana-

li distributivi. In questo senso, stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito web.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



AZIENDE

Snai punta sul marketing digitale per consolidare la leadership nel mercato



Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience on e offline, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza com-

presa da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche

di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne programmatic, che consentiranno esperienze di gioco su misura. Al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione – ha dichiarato in una nota l'amministratore delegato Fabio Schiavolin – è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare

è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

PUBBLI NOWI 100
www.pubbli.com/online

Snai punta sul marketing digitale per consolidare la leadership nel mercato

di Fabio Schiavolin

Matt comunica con Meridian e apre un flagship store a Milano

La notizia è che il gruppo di Matt, che ha appena aperto il suo primo flagship store a Milano, ha appena comunicato con Meridian, il leader del mercato italiano di gioco online. Il gruppo di Matt, che ha appena aperto il suo primo flagship store a Milano, ha appena comunicato con Meridian, il leader del mercato italiano di gioco online. Il gruppo di Matt, che ha appena aperto il suo primo flagship store a Milano, ha appena comunicato con Meridian, il leader del mercato italiano di gioco online.

L'AD SCHIAVOLIN: "L'INNOVAZIONE AL CENTRO DELLA NOSTRA STRATEGIA PER CONSOLIDARE LA LEADERSHIP"

SNAI PUNTA SUL MARKETING DIGITALE E INVESTE IL 40% DEL BUDGET ADV

Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, **Snai** accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e



informato attraverso campagne programmatic, tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia 'Popular Bets' metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "L'innovazione - dichiara **Fabio Schiavolin**, ad del

Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre

iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il **Betslip Retargeting**, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.



SNAI punta sul marketing digitale

Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing.

L'ad Schiavolin: "L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership" Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

Snai: l'ad Schiavolin, innovazione al centro della strategia di consolidamento

Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing.

Il gruppo punta sul marketing digitale (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 16 feb - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "l'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia fra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

SNAI: PUNTA SU MARKETING DIGITALE, DEDICHERÀ 40% INVESTIMENTI

Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing.

A.d. Schiavolin: «Innovazione al centro della nostra strategia» (ANSA) - ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. È la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. «Al centro dell'attenzione - si legge in un comunicato -, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne »programmatic«, tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia »Popular Bets« metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori». «L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo Snai, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica »omnichannel«. Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il »Betslip Retargeting«, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. VG 16-FEB-17 12:56 NNN

Snai: punta su marketing digitale

LINK: http://www.ansa.it/sito/notizie/economia/2017/02/16/snai-punta-su-marketing-digitale_f634461f-8f65-4f8f-b242-a0c5bde51ffa.html



Snai: punta su marketing digitale A.d. Schiavolin: "Innovazione al centro della nostra strategia" © ANSA +CLICCA PER INGRANDIRE Redazione ANSA ROMA 16 febbraio 2017 13:11 News Suggestisci Facebook Twitter Google+ Altri Stampa Scrivi alla redazione Archiviato in (ANSA) - ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E' la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. "Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura". "L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Snai: l'ad Schiavolin, innovazione al centro della strategia di consolidamento

LINK: http://www.corriere.it/notizie-ultima-ora/Economia/Snai-Schiavolin-innovazione-centro-della-strategia-consolidamento/16-02-2017/1-A_03969799...

> Snai: l'ad Schiavolin, innovazione al centro della strategia di consolidamento 12:31 Il gruppo punta sul marketing digitale (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 16 feb - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "l'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia fra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. com- (RADIOCOR) 16-02-17 12:31:02 (0278) 5

Snai: l'ad Schiavolin, innovazione al centro della strategia di consolidamento

LINK: http://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC_16022017_1231_278939538.html

Snai: l'ad Schiavolin, innovazione al centro della strategia di consolidamento Il gruppo punta sul marketing digitale (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 16 feb - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "l'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia fra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel" Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. com- (RADIOCOR) 16-02-17 12:31:02 (0278) 5 NNNN Tag

SNAI: L'AD SCHIAVOLIN, INNOVAZIONE AL CENTRO DELLA STRATEGIA DI CONSOLIDAMENTO

LINK: http://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/radiocor/finanza/dettaglio/nRC_16022017_1231_278939538.html

Il gruppo punta sul marketing digitale (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 16 feb - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia fra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel" Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

SNAI punta sul marketing digitale

L'ad Schiavolin: "L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership". Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come SNAI, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi...

Snai: punta su marketing digitale

LINK: <https://it.investing.com:443/news/economy-news/snai-punta-su-marketing-digitale-121896>



Snai: punta su marketing digitale Economia58 minuti fa (16.02.2017 13:11) Salvato. Vedi tutti gli Elementi Salvati. Questo articolo è già stato salvato nei tuoi Elementi Salvati © Ansa. Snai: punta su marketing digitale (ANSA) - ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E' la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. "Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura". "L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse.

SNAI punta sul marketing digitale

LINK: http://www.traderlink.it/notizie/ultime-news/snai-punta-sul-marketing-digitale_17047YKY5UTI58R

Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come SNAI, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "PopularBets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, addel Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. (AM)

Snai: punta su marketing digitale

LINK: <https://finanza.italia24.org/snai-punta-su-marketing-digitale/>

(ANSA) - ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E' la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. "Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura". "L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse.

SNAI INVESTE NEL DIGITAL MARKETING

LINK: <http://www.sporteconomy.it/?p=137268>



Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

Snai punta sul marketing digitale attraverso nuove tecnologie sviluppate con partner internazionali

LINK: <http://www.primaonline.it/2017/02/17/253495/snai-punta-sul-marketing-digitale-attributo-nuove-tecnologie-sviluppate-con-partner-internazion...>



17 febbraio 2017 | 11:04 Snai punta sul marketing digitale attraverso nuove tecnologie sviluppate con partner internazionali Dopo le campagne pubblicitarie su web e mobile e le customer experiences online e off line, Snai decide di puntare sull'innovazione, concentrandosi sul digital marketing. Il gruppo, per il 2017, ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Queste collaborazioni, come ricorda Snai, renderanno possibile l'utilizzo di tecnologie avanzate come il 'betslip retargeting', attraverso il quale sarà possibile conservare traccia delle sessioni di gioco non concluse. Come riporta la nota stampa "al centro dell'attenzione ci sarà sempre il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne programmatic, tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura. Ad esempio la tecnologia Popular Bets metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori" "L'innovazione è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato", dichiara Fabio Schiavolin, ad del gruppo Snai. "Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica omnichannel".

SNAI punta sul marketing digitale e investe il 40% del budget adv

LINK: <http://www.pubblicitaitalia.it/2017021768828/digital/snai-punta-sul-marketing-digitale-e-investe-il-40-del-budget-adv>



/ Aziende SNAI punta sul marketing digitale e investe il 40% del budget adv 17 febbraio 2017 Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali . Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne programmatic, tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia 'Popular Bets' metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il Betslip Retargeting, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

Nel 2017 il 40% degli investimenti pubblicitari di SNAI sarà destinato al marketing digitale

LINK: <http://www.adcgroup.it/adv-express/news/industry/digital/snai-punta-sul-marketing-digitale.html>



Al centro dell'attenzione il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin (in foto), ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

SNAI punta sul marketing digitale

LINK: <http://www.trend-online.com/ansa/snai-punta-sul-marketing-digitale-265034/>



SNAI punta sul marketing digitale Financial Trend Analysis, PUBBLICATO: 40 minuti fa Segui @trendonline LEGGI ALTRI ARTICOLI SU SnaiInvestimenti & Sviluppo Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experienceonline e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntandosul digital marketing. Ci sarà una crisi finanziaria nel 2017? Il tuo portafoglio ha un valore di almeno 350.000 €? Allora scarica senza spese la guida Prospettive sul Mercato Azionario. Clicca qui per scaricare la tua guida! Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experienceonline e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntandosul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votatoall'innovazione come SNAI, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40%degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, chesarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè daconsentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "PopularBets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, addel Gruppo SNAI - è al centro dellenuostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia ele nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centrodelle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canalidistributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative diacquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordicon i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo ditecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo saràpossibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dalsito. (AM) Ricevi le notizie su SNAI punta sul marketing digitale Al tuo indirizzo email riceverai gratuitamente la newsletter. Rispettiamo la tua privacy al 100%. MF

SNAI: nel 2017 il 40% degli investimenti pubblicitari sarà dedicato al marketing digitale

LINK: <http://www.advertiser.it/2017021656835/brand/snai-digital-marketing>



SNAI: nel 2017 il 40% degli investimenti pubblicitari sarà dedicato al marketing digitale 16 febbraio 2017 Ufficio Stampa Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e offline, SNAI accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione che, per il 2017, ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne 'programmatic', tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia 'Popular Bets' metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, AD del Gruppo SNAI (nella foto) - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il 'Betslip Retargeting', attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

Snai punta sul marketing digitale. L'ad Schiavolin: "L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership"

LINK: http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news&tx_ttnews%5Btt_news%5D=69573&cHash=fc1f3b792bca4322b9490df2d62d55b5

16 febbraio 2017 Snai punta sul marketing digitale. L'ad Schiavolin: "L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership" Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi, Comunicazione online, siti e concorsi web Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. >

Snai:punta su marketing digitale, dedicherà 40% investimenti

LINK: <http://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/italia/859314/snai-punta-su-marketing-digitale-dedichera-40-investimenti.html>

ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E' la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. "Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura". "L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse.

Snai: punta su marketing digitale

LINK: <http://www.larena.it/home/economia/snai-punta-su-marketing-digitale-1.5498404>

Snai: punta su marketing digitale Aumenta Diminuisce Stampa (ANSA) - ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E' la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. "Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura". "L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. VG

Lavoratore Snai vince causa contro azienda, per Tribunale Lavoro "contratto illegittimo"

LINK: <http://palermo.blogsicilia.it/lavoratore-snai-vince-causa-contro-azienda-per-tribunale-lavoro-contratto-illegittimo/379081/>



Lavoratore Snai vince causa contro azienda, per Tribunale Lavoro "contratto illegittimo" 16/02/2017
facebook twitter google+ 0 condivisioni
Lavoratore a progetto di un centro scommesse sportive Snai di Palermo vince la causa. Lo rende noto la Cgil. Quella emessa oggi dal giudice Paola Marino, del Tribunale del lavoro di Palermo, è la prima sentenza in Italia che dà ragione a un lavoratore dell'azienda leader nel settore delle scommesse (1.569 agenzie e corner sportivi). Il Tribunale ha condannato la Snai a riammettere il lavoratore. L'azienda dovrà assumerlo a tempo indeterminato. "Sono diverse decine le cause in corso in Italia contro la Snai, da parte di lavoratori che per anni hanno svolto lavoro di tipo subordinato ma con i contratti di collaborazione a progetto. Assistito dall'avvocato Pietro Vizzini, legale della Cgil, il lavoratore palermitano, laureato in Architettura, oggi quarantenne, ha svolto la mansione di operatore presso la Snai per dieci anni di fila, dal 2005 al 2015 - riferisce il sindacato -. Quando la Snai ha proposto ai lavoratori un percorso di stabilizzazione, con la rinuncia a tutte le eventuali richieste economiche del periodo precedente, il lavoratore non ha accettato. E alla scadenza annuale del contratto ha avviato la causa. A Palermo l'avvocato Pietro Vizzini sta assistendo anche altri lavoratori della Snai, sempre ex collaboratori a progetto. Oggi il Tribunale di Palermo ha dichiarato 'illegittimo' il contratto di lavoro a progetto applicato dalla Snai, contratto precario che non prevede la subordinazione. Gli operatori invece svolgevano a tutti gli effetti un lavoro di tipo dipendente, con orario di lavoro predeterminato e mansioni non attribuibili a un lavoratore autonomo".

Snai: punta su marketing digitale

LINK: <http://www.ilgiornaledivicenza.it/home/sport/altri-sport/snai-punta-su-marketing-digitale-1.5498369>

16.02.2017 Tags: ROMA , Snai Snai: punta su marketing digitale Aumenta Diminuisce Stampa (ANSA) - ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E' la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. "Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura". "L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. VG

Snai: punta su marketing digitale

LINK: <http://www.bresciaoggi.it/home/economia/snai-punta-su-marketing-digitale-1.5498408>

Snai: punta su marketing digitale Aumenta Diminuisce Stampa (ANSA) - ROMA, 16 FEB - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. E' la nuova missione tecnologica del gruppo che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. "Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura". "L'innovazione - ha spiegato l'ad del Gruppo, Fabio Schiavolin - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate, attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. VG

Snai punta sul marketing digitale. L'ad Schiavolin: «L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership»

LINK: <http://www.agipronews.it/attualit%C3%A0-e-politica/Snai-Schiavolin-id.133174>

ROMA - Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

Snai punta sul marketing digitale. Schiavolin: "Innovazione al centro di un'offerta sempre più omni-channel"

LINK: <http://www.pressgiochi.it/snai-punta-sul-marketing-digitale-schiavolin-innovazione-al-centro-di-unofferta-sempre-piu-omni-channel/32064>



Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne "programmatic", tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia "Popular Bets" metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica "omnichannel"». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il "Betslip Retargeting", attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. PressGiochi

Snai punta sul marketing digitale: al centro il cliente

LINK: <http://player.gioconews.it/promo/36486-snai-punta-sul-marketing-digitale-al-centro-il-cliente>

L'ad di Snai, Schiavolin: 'L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership'. Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40 per cento degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne 'programmatic', tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia 'Popular Bets' metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo Snai - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente Snai al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica omnichannel". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il 'Betslip Retargeting', attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito.

Snai punta sul marketing digitale, l'ad Schiavolin: "L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership"

LINK: <https://www.jamma.tv/aziende/snai-punta-sul-marketing-digitale-lad-schiavolin-innovazione-al-centro-della-nostra-strategia-consolidare-la-l...>



Aziende Snai punta sul marketing digitale, l'ad Schiavolin: 'L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership' 16 febbraio 2017 9 Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne 'programmatic', tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia 'Popular Bets' metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. «L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica 'omnichannel'». Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il 'Betslip Retargeting', attraverso il quale SNAI conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. Commenta su Facebook

Giochi: Snai punta sul marketing digitale. L'ad Schiavolin: "L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership"

LINK: <https://www.agimeg.it/giochi-snai-punta-sul-marketing-digitale-lad-schiavolin-innovazione-al-centro-della-nostra-strategia-consolidare-la-l...>



Giochi: Snai punta sul marketing digitale. L'ad Schiavolin: 'L'innovazione al centro della nostra strategia per consolidare la leadership' 16/02/2017 Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Dalle campagne adv su web e mobile alla customer experience online e off line, Snai accetta la sfida dell'innovazione e rilancia puntando sul digital marketing. Un'esigenza compresa appieno da un gruppo votato all'innovazione come Snai, che per il 2017 ha preventivato di dedicare il 40% degli investimenti pubblicitari proprio al marketing digitale, avvalendosi anche di partner internazionali. Al centro dell'attenzione, come sempre, il cliente Snai, che sarà stimolato e informato attraverso campagne 'programmatic', tali cioè da consentire esperienze di gioco su misura: al riguardo, la tecnologia 'Popular Bets' metterà a disposizione dei clienti banner e video con le offerte migliori. "L'innovazione - dichiara Fabio Schiavolin, ad del Gruppo SNAI - è al centro delle nostre strategie per consolidare la leadership di mercato. Quello che vogliamo realizzare è un giusto mix tra le competenze che derivano dalla nostra storia e le nuove frontiere della tecnologia. Metteremo sempre più il cliente SNAI al centro delle nostre iniziative, attraverso una efficace sinergia tra tutti i canali distributivi. In questo senso stiamo testando tecniche innovative di acquisizione in un'ottica 'omnichannel'". Gli accordi con i partner internazionali renderanno possibile anche l'utilizzo di tecnologie avanzate come il 'Betslip Retargeting', attraverso il quale Snai conserverà traccia delle sessioni di gioco non concluse. In tal modo sarà possibile presentare ai clienti offerte promozionali, anche dopo l'uscita dal sito. cdn/AGIMEG