



SPONSOR VALUE

PRESENTAZIONE DELL' ALLEANZA STAGEUP – IPSOS
E DELLA NUOVA LINEA SPONSOR VALUE

PRESENTAZIONE DELL' ALLEANZA STAGEUP – IPSOS
E DELLA NUOVA LINEA SPONSOR VALUE

Federico Gaetano (StageUp)



MISSION

Unire le rispettive competenze per fornire ai player del mercato le informazioni di planning e post evaluation utili a massimizzare l'efficacia e l'efficienza degli investimenti nello sport, nella cultura, nello spettacolo, nel product placement, negli eventi autoprodotti

Punti di forza

AFFIDABILITÀ

Ampi campioni statistici e rilevazioni effettuate nel rispetto del Codice Assirm/Esomar

TRACKING

Analisi dei trend, analisi previsionali con modelli proprietari, benchmarking, casi comparabili

TRASPARENZA

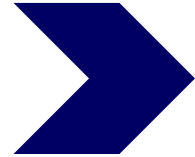
Pluralità di committenti a garanzia di trasparenza e indipendenza sui ritorni della sponsorizzazione

CONSULENZA

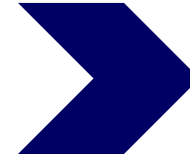
Supporto all'analisi, pianificazione e negoziazione

Indagini demoscopiche protagoniste

INDAGINI
DEMOSCOPICHE
AL CENTRO
DELL'OFFERTA



Il fatto che il brand appaia sui media non significa percezione del messaggio da parte del target



L'interlocuzione con il target è **INDISPENSABILE** per comprendere e misurare i reali effetti prodotti

SPONSOR VALUE™



AMBITI DI APPLICAZIONE



SPORT
SPETTACOLO
CULTURA
CINEMA
TELEVISIONE



ITALIA
MONDO

ANALIZZA



SEGUITO DI EVENTI, FILM, PROGRAMMI TELEVISIVI

Numerosità e profilo del pubblico - Modalità di seguito - Posizionamento valoriale - Gradimento

VALUTA



INSERIMENTI PROMO-SPONSORIZZATIVI PRESENTI

Sponsorizzazioni, product placement, location di ambientazione vengono valutati in termini di riconoscimento, memorizzazione, impatto sulla brand equity, predisposizione all'acquisto

Altre ricerche della linea Sponsor Value

SV ACTIVE SPORT®

Analizza l'interesse degli italiani per tutte le principali discipline sportive, la pratica agonistica e amatoriale, le intenzioni e le motivazioni di pratica e abbandono. Vengono inoltre analizzati i modelli di consumo e la spesa sostenuta

SV SPORT FANS®

È la più ampia ricerca multiclient periodica sui tifosi in Italia. Analizza il bacino dei tifosi e simpatizzanti dei club di calcio di Serie A, di basket Serie A, di volley maschile di Superlega e di volley femminile Serie A1

SV ARENA®

Realizzata single source con Sponsor Value, analizza il ritorno derivante dalle azioni di marketing riguardanti gli impianti (stadi e palazzetti dello sport) con particolare riferimento alle "Naming Sponsorship"

Altri prodotti di ricerca

TOP STAR™

Analizza la notorietà, la reputazione, il gradimento e l'impatto emozionale delle celebrità (sportivi, attori, personaggi televisivi, cantanti, musicisti, personaggi del mondo della cultura, dell'arte e della scienza, giornalisti, manager) partendo dal riconoscimento fotografico.

GEO VALUE®

È uno studio che ha l'obiettivo di determinare l'indotto economico su un territorio in relazione ad un evento partendo dalla ricostruzione del modello di consumo sia B2C (visitatori in loco e turisti siano essi spettatori, praticanti, volontari) che B2B (sponsor, partner, allestitori, ecc.)

WEB & MEDIA ANALISI®

Viene condotta, con tecnologie avanzate, su tv, stampa, portali, siti e pagine social permettendo di: i) monitorare il reach ottenuto, ii) approfondire il tasso di coinvolgimento, iii) calcolare il valore degli spazi occupati e il ROI riconducibile ai singoli sponsor

A cosa servono

1

PIANIFICARE

Quale è il contesto e il format migliore per le mie esigenze di comunicazione e per i miei budget?

Cosa stanno facendo i competitors?

4

GESTIRE CRITICITÀ

Se interrompo la mia sponsorizzazione quali saranno gli effetti?

2

VALUTARE EX POST

Il pubblico ha effettivamente memorizzato la sponsorizzazione?
La brand awareness è aumentata?
L'immagine della marca è migliorata?
La predisposizione al consumo è cresciuta?

3

COGLIERE OPPORTUNITÀ

Quali sono le opportunità che si renderanno disponibili?
Come supportare al meglio la sponsorizzazione?

**BRAND
EQUITY
REPUTATION**