

**MARKETING**



**Nicola Mauri**  
Socio Fondatore  
The Vortex



**Andrea Boscaro**  
Socio Fondatore  
The Vortex

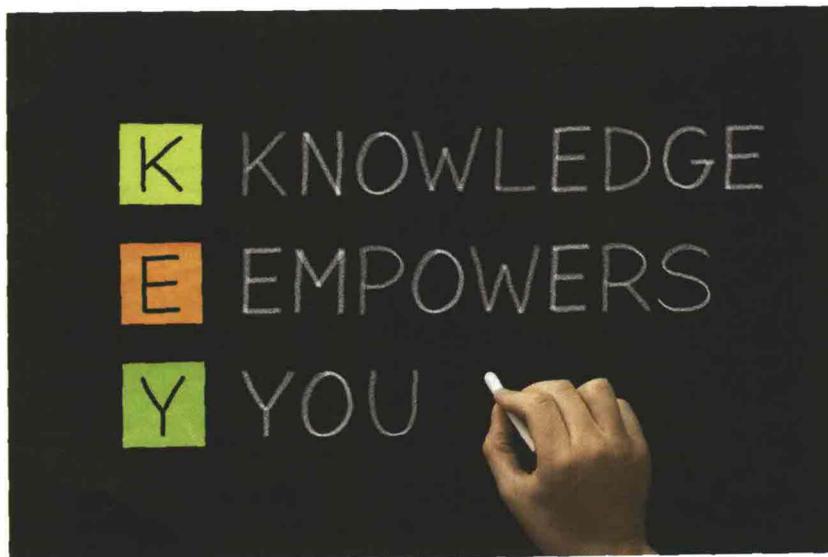
# DIGITAL OPPORTUNITY, FAME DI KNOW-HOW

*Ecommerce, social media marketing, digitale per l'export, l'uso della rete per le reti commerciali: questi i temi più più gettonati dopo due anni di attività e oltre 600 sessioni formative con più di 5000 partecipanti in tutta Italia grazie alle numerose collaborazioni con Camere di commercio e soggetti confindustriali locali, associazioni di categoria e grandi imprese italiane.*

di GIULIO MAZZETTI

➔ Nicola Mauri, Socio Fondatore di The Vortex, li riassume così: "Abbiamo tenuto corsi in tutta Italia, da Livigno a Cosenza, ci siamo rivolti a un pubblico vastissimo: dai giovani che frequentano master ad affermati manager di importanti multinazionali, abbiamo raccontato lo scenario e le opportunità offerte dal digitale alle start-up, alle PMI ma anche alle grandi aziende. Due anni in cui abbiamo macinato chilometri in automobile, attraversato l'Italia in treno, trascorso ore in aereo... senza dimenticare la mezza giornata sequestrato in metropolitana: The Vortex è una continua avventura".

La fame di informazione e conoscenza dei media digitali è quindi forte e diffusa, presente in tutto il territorio nazionale e la missione di The Vortex è soddisfarla non solo con i propri corsi e con il blog, ma anche con pubblicazioni edite da **Franco Angelini** e pensate per i diversi target, come i commercianti, che oggi si affacciano al digitale volendone capire in prima persona le opportunità da cogliere e le cautele da osservare. "In particolare" - dichiara Andrea Boscaro,



Socio Fondatore di The Vortex - "il nostro ultimo libro, Fare politica digitale, ha voluto essere un contributo formativo all'uso dei media digitali in occasione dell'attuale campagna elettorale". C'è una frase che riassume la Mission

che The Vortex si è posta in questi due anni. È quella pronunciata da Bill Clinton durante la scorsa Convention del partito Democratico americano: "The old economy is not coming back. We've got to build a new one and educate pe-

**PMI&DIGITALE**

**➔ LA MISSION DI NEXTAG VOGLIAMO ESSERE LA VETRINA DI TUTTI I RETAILERS**  
INTERVISTA A VALERIA PAGANO COUNTRY MANAGER DI NEXTAG PER L'ITALIA

"Nextag è il primo comparatore di prezzi indipendenti al mondo. Dico al mondo perché originariamente il nostro sito nasce negli Stati Uniti, dove siamo il comparatore di prezzo leader del mercato. In Italia siamo relativamente giovani, ci siamo affacciati sul mercato nel 2009, ma nell'ultimo anno ci siamo ingranditi esponenzialmente. Nextag è un comparatore in crescita attento alla qualità dei click che segue ogni singolo merchant dalla registrazione all'ottimizzazione della campagna. Mi piace l'idea della metafora che richiama un po' la tradizione del commercio: quello della vetrina. Noi siamo la vetrina dove i commercianti possono posizionare il loro catalogo, e noi pensiamo a tutto, dalle decorazioni ai modi per far vendere i loro prodotti".

Il panorama dei comparatori di prezzo è ampio. In cosa si distingue Nextag? Siamo un comparatore di prezzo che

funziona in maniera diversa dagli altri comparatori, in quanto il nostro traffico è generato grazie all'attività SEM sui principali motori di ricerca. Questo grazie a un complesso algoritmo che ci permette di indirizzare traffico qualificato per i nostri clienti.

Nextag è un operatore leader a livello mondiale e tu ti occupi sia del mercato italiano e conosci anche il mercato spagnolo. Dal tuo punto di vista privilegiato, come stai osservando l'evoluzione del nostro mercato?

Il nostro mercato si sta evolvendo, nonostante la crisi economica. E proprio questa crisi ha trasformato anche gli utenti. Sembra un controsenso, ma questa è diventata un'ottima occasione per l'e-commerce.

Infatti la gente cerca il prezzo più basso e noi li aiutiamo a capire dove

possono trovarlo comprando in tutta sicurezza, e nella maniera più veloce.

L'Unione Europea sta intervenendo a livello normativo per promuovere l'e-commerce e le vendite online cross-border. Secondo la tua esperienza, i merchant italiani stanno approfittando di questo sguardo all'Europa. Nextag è un partner per loro in questo?

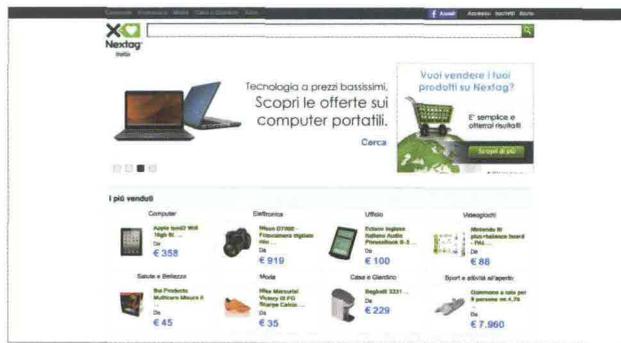
Io non credo che i merchant italiani stiano ancora approfittando di questa opportunità. Noi (Nextag) possiamo sicuramente aiutarli ad affacciarsi in un mercato globale fornendogli visibilità in tutti i più grandi Paesi europei, come Germania e Francia, ad esempio.

Il Financial Times riporta che il 10% degli americani compra capi di ab-



bigliamento online e che, in questa industry, è stato raggiunto un po' come nel turismo il punto critico. Quali categorie merceologiche sono prevalenti sulla vostra piattaforma e quale novità di aspetti per il 2013?

Nextag Italia è sicuramente fortissima nella sezione moda e, per grande tradizione italiana, cellulari e smartphone. Nel 2013 vorrei crescere molto di più nel settore arredamento e giocattoli e bellezza, e soprattutto sport; sono categorie che su Nextag avrebbero un forte potenziale e che mi piacerebbe sviluppare sulla nostra piattaforma. Abbiamo grossi merchant presenti, ma mi piacerebbe avere molti più piccoli "player", che sono l'anima della nostra economia.



The Vortex

**FARE POLITICA DIGITALE**

Come candidati, movimenti e partiti possono creare e mantenere consenso e vincere le elezioni

MANUALI FrancoAngeli

ople to do those jobs". Seguendo questa mission e grazie al contributo del terzo socio Ugo Benini, nel 2013 grande attenzione verrà dedicata alla formazione a distanza e all'e-learning la cui richiesta continua a crescere anche in virtù di piattaforme e tecnologie più accessibili e versatili.

**ALLA CONQUISTA DEL MERCATO TEDESCO**

L'esperienza sul mercato italiano ha consentito alla società italiana di muovere i primi passi sul mercato tedesco in particolare grazie a una importante collaborazione con Nextag (www.nextag.it), uno dei motori di comparazione prezzi leader nel mondo ed è più volte comparso tra i "10 migliori motori di

ricerca degli Stati Uniti" nella classifica stilata da Nielsen. In virtù di questo accordo, The Vortex verrà proposta come partner di Nextag nella formazione al marketing digitale degli operatori dell'e-commerce presenti nel comparatore sul mercato italiano e sul mercato tedesco. Valeria Pagano, Responsabile per l'Italia di Nextag, commenta così la nascita di questa partnership: "Essere Partner di The Vortex è per noi un onore e quest'iniziativa è assolutamente la più grande avventura intrapresa da Nextag Italia fino a ora. Credo che nel nostro Paese ci sia ancora tanto da fare nell'ambito del commercio elettronico e noi di Nextag siamo fieri di poter contribuire a questo processo". Cresce il digitale in Italia e, anche grazie alla formazione, il digitale può far crescere l'Italia.