



DAVIDE LUGLI



FABRIZIO PAVONE
Chief Marketing Officer
e co-founder di QBERG

QBERG LANCIA LA PIATTAFORMA QNOU DEDICATA ALL'ECOMMERCE

QBERG e a Davide Lugli, ingegnere informatico con oltre 20 anni di esperienza nel settore dell'eCommerce, hanno dato vita a QNOU, una piattaforma digitale gratuita dedicata al mercato e-commerce, in grado di sintetizzare la visione di una intera categoria merceologica, offrendo una fotografia puntuale e gratuita del mercato agli operatori di settore al fine di poter usare il dato per governare il proprio business online. Un nuovo portale destinato alle piccole e medie aziende, alle agenzie di consulenza ma utile anche al mercato B2C, al consumatore finale che vuole imparare a leggere i fenomeni del canale web. Qnou.it (Q Know!) vuole diventare un punto di partenza per conoscere ciò che accade online: partendo dalla macrostruttura di un settore fino al singolo modello venduto online. Le aziende possono iniziare a prendere confidenza con l'ambiente in cui operano e approfondire, insieme ad esperti, il miglior utilizzo possibile dei dati. QNOU fornirà dati strutturati e mirati per orientare sia il singolo consumatore sia gli operatori di settore, offrendo uno sguardo dall'alto attraverso informazioni macro sugli assortimenti (marche e modelli), prezzi e sconti dei prodotti del mercato tecnologico con un dato aggiornato alle ultime 8 settimane dalla data della ricerca online. L'idea è quella di ottenere finalmente preziose informazioni in un contesto in cui i motori di ricerca rendono sempre più difficile reperirle, a causa dell'enorme dimensione del mercato e della sua crescente dinamicità. È possibile registrarsi su QNOU.it per accedere a ricerche illimitate e rimanere aggiornato su ciò che accade settimanalmente online nel mercato dei Beni Durevoli.

LA NUOVA IDENTITÀ DI TIM

TIM ha presentato la sua nuova identità, che si esprime con uno stile dinamico, colori moderni e persone che occupano quasi interamente la scena, per riflettere anche visivamente la strategia 'digital with human touch', ovvero la semplicità del digitale unita alla presenza capillare sul territorio. Per lanciare la nuova identità di TIM ci sarà uno spot istituzionale che ritrae l'evoluzione della comunicazione in Italia e racconta il modo in cui l'Azienda, ieri e oggi, guida l'innovazione e il cambiamento. Sulle note di 'Figli delle stelle' di Alan Sorrenti si ripercorre l'evoluzione tecnologica degli ultimi 50 anni e il modo in cui TIM è accanto alle persone, nei cambiamenti che scandiscono la vita e il progresso della società. Un viaggio dalla 'vecchia' cabina telefonica ai primi cellulari, fino all'intelligenza artificiale e alle moderne smart cities, che si chiude con il claim 'Dovunque tu sarai, noi ci saremo' per esprimere la promessa di TIM: continuare a portare l'innovazione in Italia, per tracciare l'evoluzione della nostra società. La nuova identità del brand si presenta con un look più contemporaneo, richiama il movimento e trasmette semplicità e vicinanza ai clienti. Le immagini diventano ancora più incisive, ritraggono i soggetti da prospettive diverse, dinamiche, e contribuiscono a comunicare l'innovazione come cuore pulsante della crescita. I messaggi si fanno ancora più diretti e memorabili, e si rivolgono a tutte le generazioni, come il futuro digitale. La TIM ICON, emblema del brand, si fa più evidente e il blu diventa più luminoso e vibrante, un 'ultra blu'.

