

OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS

IL NATALE CHE CI DOBBIAMO ASPETTARE



ALESSANDRO FILIPPINI
BIG DATA & AUTOMATION



EDOARDO SANGREGORIO
CAMPAIGN, SEO
& NEW BUSINESS



2

OTTOBRE

ORE 14:30

SAVE THE DATE



XCHANNEL ACADEMY

FORMAZIONE 2024

FEB
14

MULTI MARKETPLACE MARKETING

Un approccio innovativo per ottenere vendite incrementalì su tutti i nuovi canali



MAR
6

RAI PUBBLICITÀ | TOTAL VIDEO

Contenuti di qualità in un contesto sicuro



APR
10

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Utilizzare la IA per pianificare la crescita

MAG
8

RAI PUBBLICITÀ | AUDIO

Contenuti diversificati e complementari



GIU
5

TIKTOK E PINTEREST

Guida pratica per usarli ... e vendere!

LUG
3

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Case study di successo nel settore e best practice

LUG
19

AI EXECUTION LAB

BIG - DATA & SEMIOTICS

Ai generativa alla massima potenza

AGO
1

YOUTUBE E SPOTIFY

Anticipare il Natale 2024 mettendo al centro lo streaming



SET
4

RAI PUBBLICITÀ | EXPERIENCE

Cinema ed Eventi Musicali:
l'esperienza che crea valore



OTT
2

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Il Natale che ci dobbiamo aspettare

NOV
6

RAI PUBBLICITÀ | TOTAL VIDEO

La forza della crossmedialità Rai nei grandi eventi



SAVE THE DATE

XChannel
OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS



XChannel
MILANO - BARCELONA





Ravensburger



Aquabeads



Sylvanian Families®



IL NOSTRO TEAM



100% Qualified
AMAZON CERTIFICATION



100% Qualified
Google



100% Qualified
Meta



Bocconi



POLITECNICO
MILANO 1863



NINJALITICS

IDEO
DESIGN THINKING



Semiotics &
Copywriting



Uffici a Milano e Barcellona

 **Channel**

CROSSCHANNEL MARKETING



TOOLS

PROPRIETARI ED ESCLUSIVI.
AI & BIG-DATA E SEMIOTICA
PER AUMENTARE LE VENDITE



Massimizza il **ritorno** sugli investimenti coinvolgendo il **pubblico** giusto al momento giusto sui **motori di ricerca**



Individua l'investimento e i **formati più efficaci** ed efficienti per posizionare il proprio prodotto/servizio sulle **piattaforme digitali**



Analizza la capacità transazionale o di **visibilità** degli **influencer** attraverso un'**analisi** quanti-qualitativa dei loro profili



Monitorare le **tendenze, testi, immagini, prezzi, buybox**, e molto di più delle pagine del prodotto tutto in un foglio per avere sempre tutto **sotto controllo!**



Trova le **keyword** più adatte per le tue **campagne advertising** e monitora la vincita della **buybox** dei prodotti



Ottimizza le **pagine prodotto** per aiutarle a raggiungere le prime posizioni dei **risultati** di ricerca **organici** degli utenti



Individua e definisce in anticipo tutti i **KPI** necessari per scegliere gli spazi e il **pricing** ideali per **periodi promozionali** e grandi eventi



Aggiornamenti settimanali, **KPI personalizzabili** e tutti i progressi della campagna vengono monitorati da un'unica dashboard.

FOCUS QUERIES: NATALE

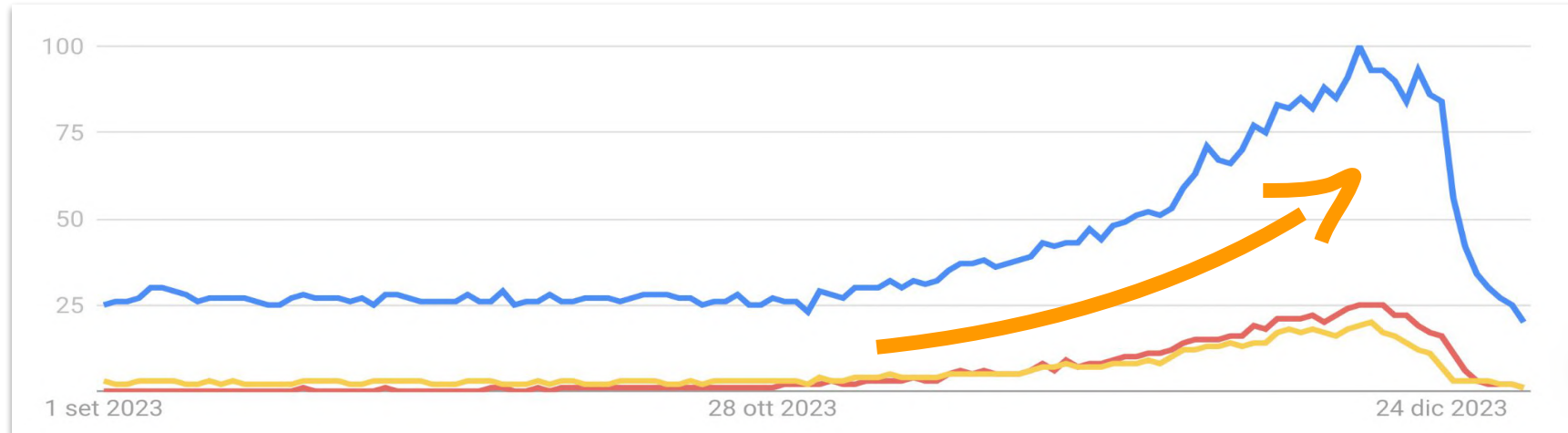
INTERESSE NEL TEMPO RICERCHE GOOGLE

SET 2023 - DIC 2023

REGALO

REGALO NATALE

IDEE REGALO

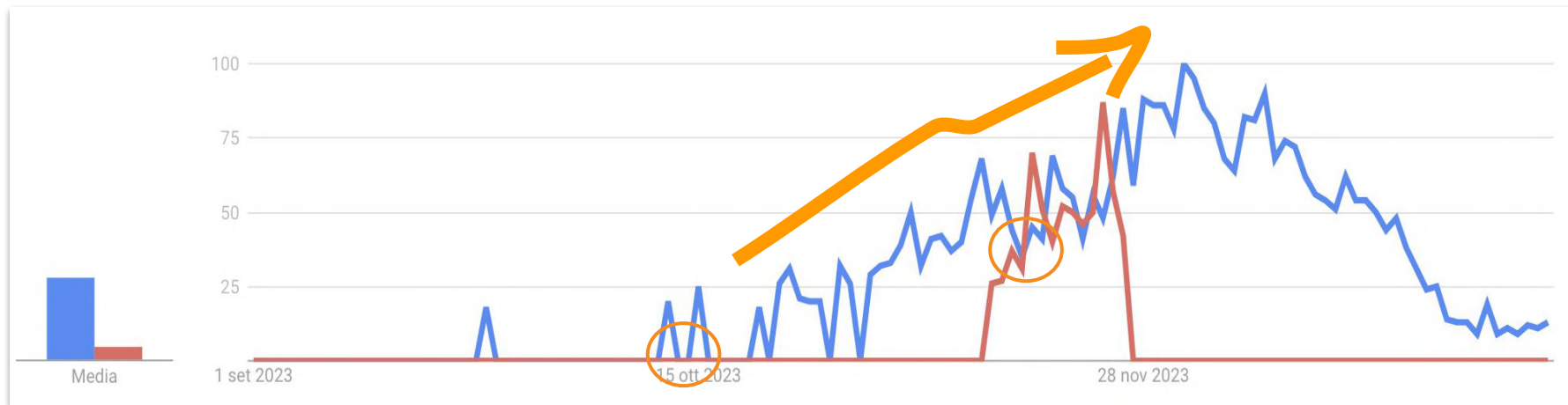


INTERESSE NEL TEMPO RICERCHE GOOGLE

SET 2023 - GEN 2024 | Google Shopping

NATALE

BLACK FRIDAY

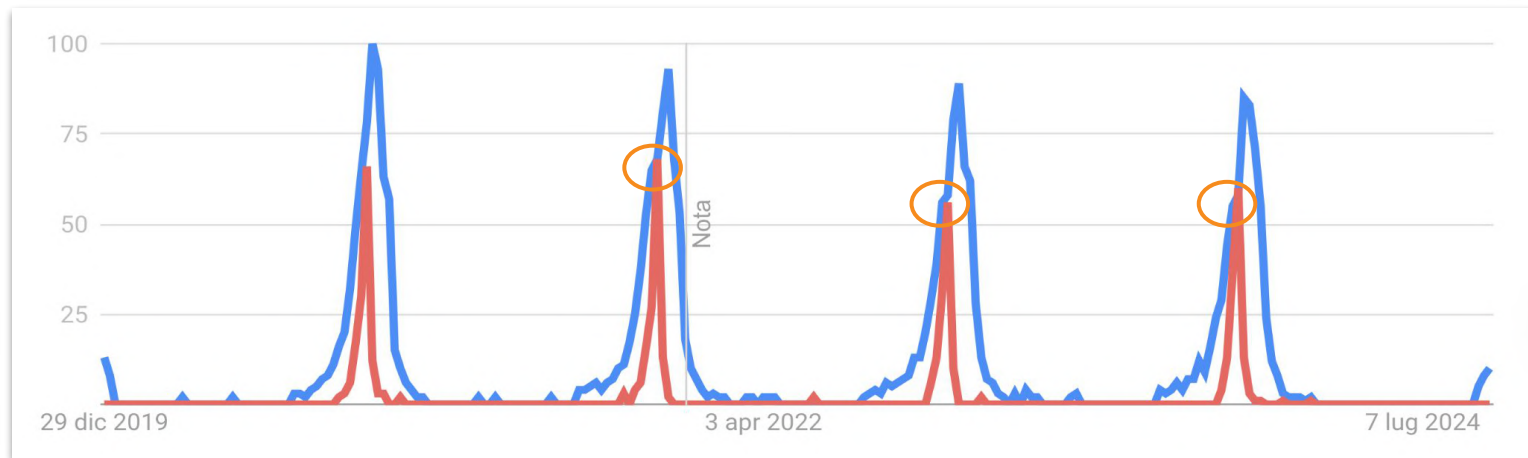


INTERESSE NEL TEMPO RICERCHE GOOGLE

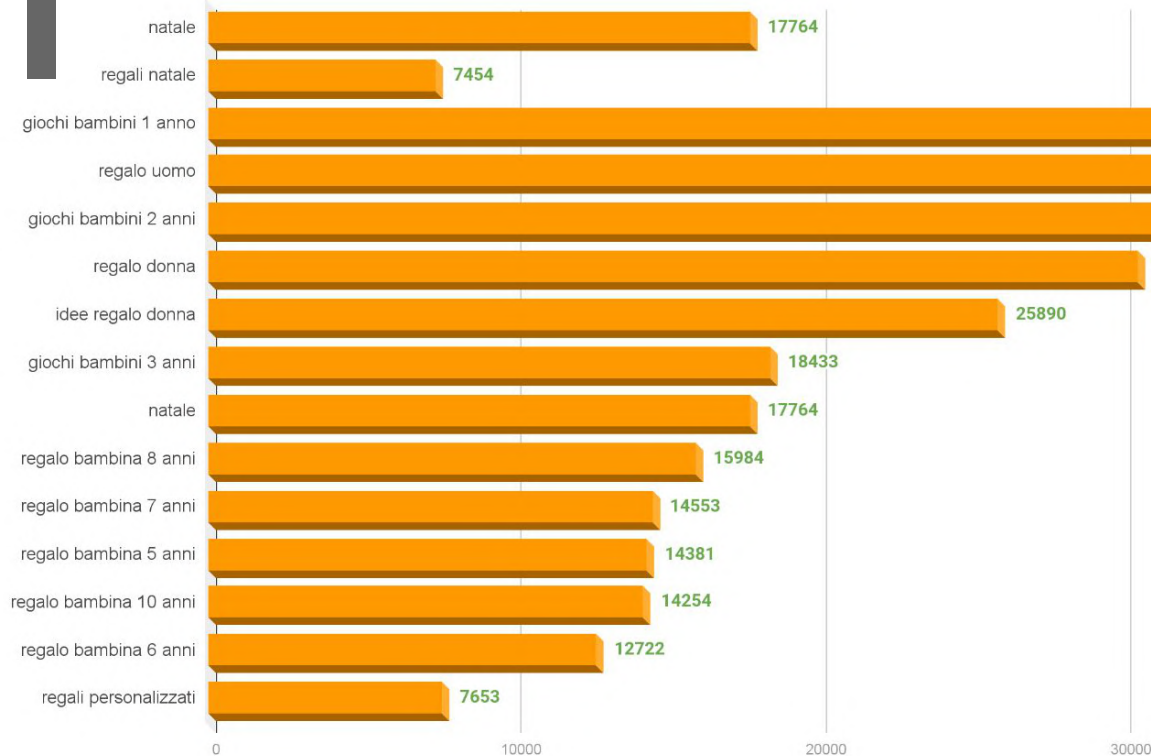
GEN 2020 - OTT 2024 | Google Shopping

NATALE

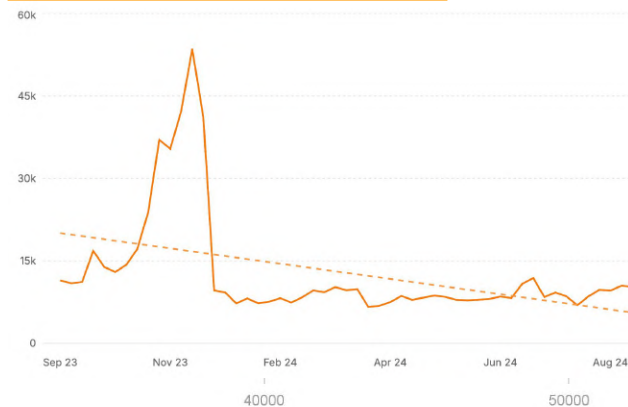
BLACK FRIDAY



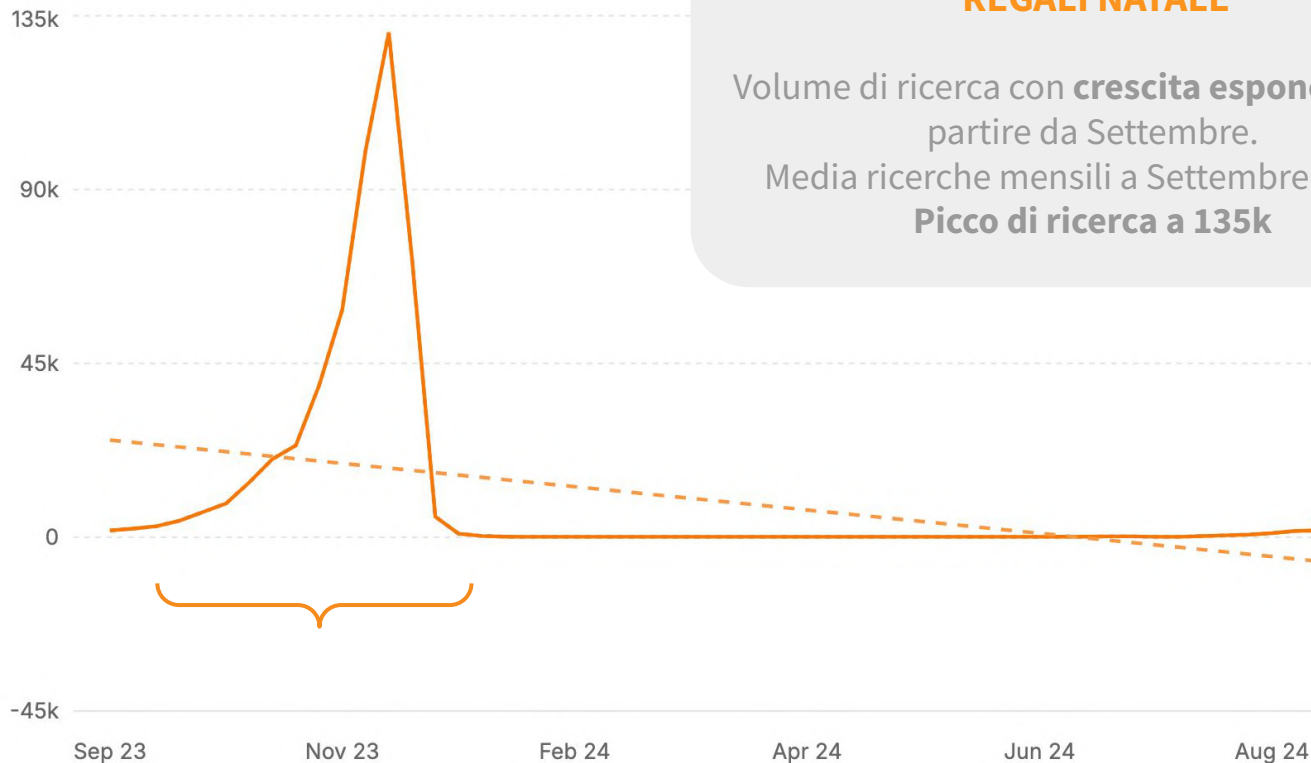
REGALI NATALE RICERCHE AMAZON



Giochi bambini 1 anno



REGALI NATALE RICERCHE AMAZON



REGALI NATALE

Volume di ricerca con **crescita esponenziale** a partire da Settembre.

Media ricerche mensili a Settembre = **7454**

Picco di ricerca a 135k

OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS

IL NATALE CHE CI DOBBIAMO ASPETTARE



ALESSANDRO FILIPPINI
BIG DATA & AUTOMATION



EDOARDO SANGREGORIO
CAMPAIGN, SEO
& NEW BUSINESS

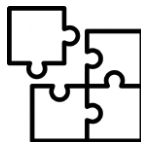
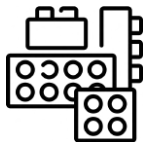


2
OTTOBRE
ORE 14:30

SAVE THE DATE

4 MACRO TREND DI PRODOTTO:

COSTRUZIONI | PUZZLE | VEICOLI | GIOCHI DA TAVOLO



WEB

BIG DATA + SEMIOTICA

1

1.1 GOOGLE
1.2 AMAZON

SOCIAL

BIG DATA + SEMIOTICA

2

2.1 INSTAGRAM
2.2 FACEBOOK
2.3 TIKTOK
2.4 PINTEREST

METODOLOGIA

STRUMENTI + FONTI

3

- META
- HELIUM10
- SEOZOOM
- GOOGLE ADS
- JUNGLESCOUT
- FANPAGE KARMA
- GOOGLE TRENDS
- TIKTOK CREATIVE CENTER

WEB BIG DATA + SEMIOTICA

TREND A CONFRONTO VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su **Google** relativi ai trend analizzati [YTD 2024; Italia]



TREND A CONFRONTO

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su **Google** dei principali trend analizzati [YTD 2024; Italia]:

1

Il **picco** di volume è stato raggiunto a **Gennaio 2024**.

2

Nel periodo indicato, la query **“Puzzle”** ha raggiunto il picco di ricerche.

3

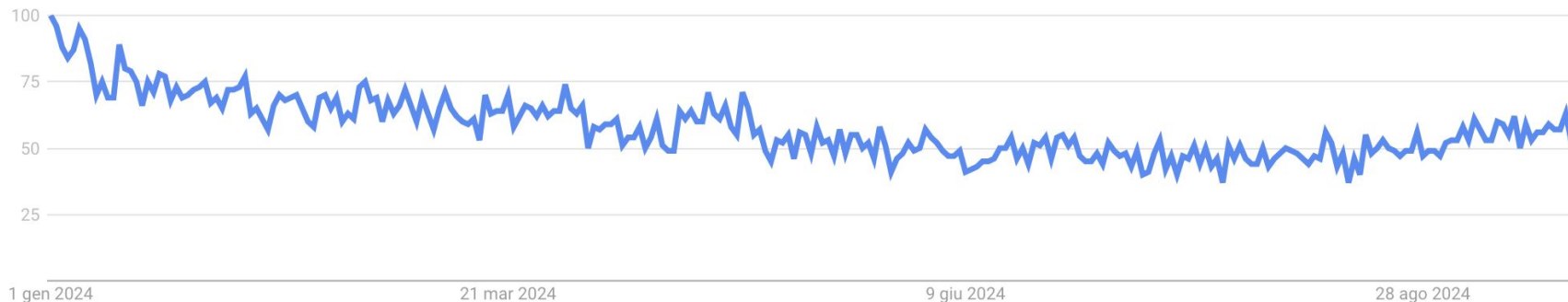
La medesima query registra il **volume medio** più **elevato** nel corso del 2024 (YTD).

4

“Mattoncini” ha registrato il volume medio meno elevato nel corso periodo di analisi.

PUZZLE VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “**PUZZLE**” [YTD 2024; Italia]



Query associate al termine di ricerca “**PUZZLE**”:

TOPIC/QUERY	MEDIA RICERCHE MENSILI
Ravensburger	12.100
Puzzle 3D	9.900
Ravensburger puzzle	4.400
Amazon puzzle	880
Puzzle bambini	320

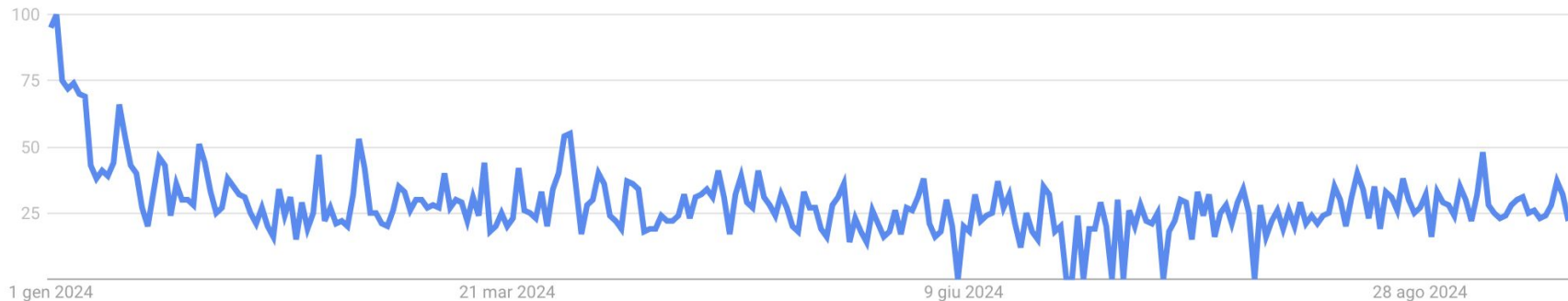
OSSERVATORIO PUZZLE VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

TOP SERP | PUZZLE (60.500 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	Jigsawplanet.com	https://www.jigsawplanet.com/?lang=it
2	Amazon.it	https://www.amazon.it/puzzle/s?k=puzzle
3	Arsludica.com	https://www.arsludica.com/puzzle.html
4	Ravensburger.org	https://www.ravensburger.org/it/prodotti/puzzle/index.html
5	Clementoni.com	https://it.clementoni.com/collections/puzzle-adulti
6	Puzzlegarage.com	https://puzzlegarage.com/?lang=it
7	Disegnata.com	https://www.disegnata.com/prodotto/puzzle/
8	Puzzlearte.it	https://www.puzzlearte.it/

GIOCHI DA TAVOLO VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “**GIOCHI DA TAVOLO**” [YTD 2024; Italia]



Query associate al termine di ricerca “**GIOCHI DA TAVOLO**”:

TOPIC/QUERY		MEDIA RICERCHE MENSILI
BGG		6.600
Giochi da tavolo adulti		2.400
Giochi da tavolo carte		210
Amazon giochi da tavolo		150
Giochi da tavolo bambini		120

GIOCHI DA TAVOLO VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

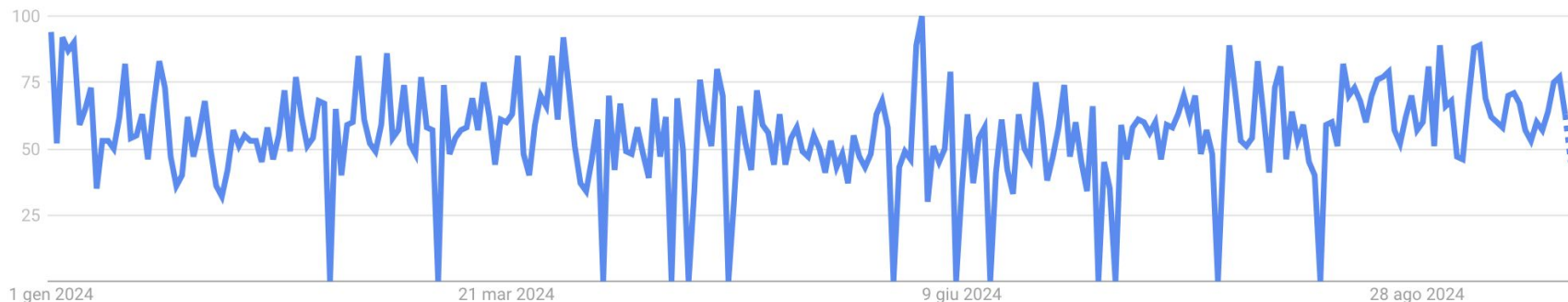
TOP SERP | GIOCHI DA TAVOLO (40.600 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	dungeondice.it	https://www.dungeondice.it/253-giochi-da-tavolo
2	Dragonstore.it	https://www.dragonstore.it/giochi-da-tavolo.1.16.uw
3	Magimerchant.it	https://magicmerchant.it/catalogue/category/giochi-da-tavolo-4/
4	Amazon.it	https://www.amazon.it/Giochi-Tavolo/b?ie=UTF8&node=632734031
5	Clementoni.com	https://it.clementoni.com/collections/giochi-da-tavolo
6	Giochiuniti.it	https://shop.giochiuniti.it/giochi-da-tavolo.html
7	Lafeltrinelli.it	https://www.lafeltrinelli.it/giochi-giocattoli/giochi-societa
8	Ibs.it (Feltrinelli)	https://www.ibs.it/offerte-giochi-giocattoli/giochi-in-scatola

MACCHININE

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “**MACCHININE**” [YTD 2024; Italia]



Query associate al termine di ricerca “**MACCHININE**”:

TOPIC/QUERY

MEDIA RICERCHE MENSILI

Hot Wheels

22.200

Pista macchinine

4.400

Macchinine telecomandate

1.600

Macchinine per bambini

880

Cars macchinine

720

Proprietary & Confidential

Fonte: Google; SEOZoom

MACCHININE VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

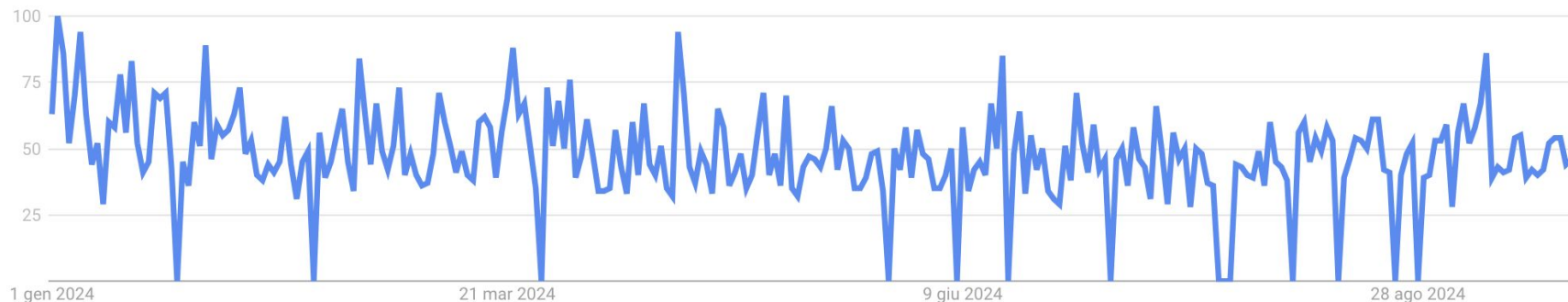
TOP SERP | MACCHININE (8.100 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	Amazon.it	https://www.amazon.it/macchine-bambini-Giochi-giocattoli
2	Toyscenter.it	https://www.toyscenter.it/categoria-prodotto/giocattoli
3	Borgione.it	https://www.borgione.it/giochi-educativi-per-bambini/macchine-e-piste
4	Youtube.com	https://www.youtube.com/watch?v=tOWhFo96uGA
5	Mattel.com	https://shopping.mattel.com/it-it/collections/macchine-e-veicoli
6	Ebay.it	https://www.ebay.it/b/Pista-macchine-a-altri-articoli-di-giocattoli
7	Family-nation.it	https://www.family-nation.it/macchine-trenini-camion-in-legno-C244.htm
8	Lafeltrinelli.it	https://www.lafeltrinelli.it/giochi-giocattoli/veicoli-giocattolo

MATTONCINI

VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

Volumi di ricerca su Google relativi alla query “**MATTONCINI**” [YTD 2024; Italia]



Query associate al termine di ricerca “**MATTONCINI**”:

TOPIC/QUERY

MEDIA RICERCHE MENSILI

Dadi e mattoncini

3.600

Mattoncini Lego

2.900

Costruzioni magnetiche

1.600

costruzioni per bambini

720

costruzioni legno bambini

90

OSSERVATORIO MATTONCINI TOYS VOLUMI DI RICERCA SU GOOGLE

TOP SERP | MATTONCINI (1.000 ricerche mensili)

POSIZIONE	SITO	URL
1	Mattoncini.net	https://www.mattoncini.net/
2	Dadiemattocini.it	https://www.dadiemattocini.it/brand/lego.html
3	Brickshop.it	https://www.brickshop.it/it/lego-mattoncini-classici.html
4	Lego.com	https://www.lego.com/it-it/themes/classic
5	Amazon.it	https://www.amazon.it/mattoncini-Lego-Giochi-giocattoli/
6	Nicegroup.it	https://nicegroup.it/landing/mattoncini/
7	Lafeltrinelli.it	https://www.borgione.it/giochi-educativi-per-bambini/
8	Lego.com	https://www.lego.com/it-it/pick-and-build

OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS #1

- Chi appare più spesso in classifica **SERP**? **Amazon.it (x4); La Feltrinelli (x4)**
- Query **più cercate**:

Le **4 categorie** in **TOP 10**:

- Macchinine (x3)
- Puzzle (x3)
- Mattoncini (x2)
- Giochi da tavolo (x2)

POSIZIONE	PAROLA CHIAVE	MEDIA RICERCHE MENSILI (1Y)
1°	Hot Wheels	22.200
2°	Ravensburger	12.100
3°	Puzzle 3D	9.900
4°	BGG	6.600
5°	Ravensburger puzzle	4.400
6°	Pista macchinine	4.400
7°	Dadi e mattoncini	3.600
8°	Mattoncini Lego	2.900
9°	Giochi da tavolo adulti	2.400
10°	Macchinine telecomandate	1.600

OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS #2

- Qual è la keyword correlata più cercata? **HOT WHEELS (22.200 volte)**
- Qual è la keyword di categoria più cercata? **PUZZLE (60.500 volte)**

Kws di categoria **più cercate**:

POSIZIONE	CATEGORIA	TOTALE RICERCHE MENSILI (1Y)
1°	PUZZLE	60.500
2°	GIOCHI DA TAVOLO	40.500
3°	MACCHININE	8.100
4°	MATTONCINI	1.100

OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS



PUZZLE

Kw di **brand** (Ravensburger) traina le ricerche, orientate anche verso il target **bambino**.

Presenza di **Amazon** come marketplace e focus sulla categoria “3D”

GIOCHI DA TAVOLO

Le ricerche degli utenti sono indirizzate verso target **adulto** e **bambino**.

A livello di acquisti online prevale il marketplace **Amazon**

MACCHININE

Kw di **brand** (Hot Wheels) trainano le ricerche, anche orientate anche verso il film di animazione “**Cars**”.

A livello di prodotti ci sono **piste** e **radiocomandi**. Il target è prevalentemente **bambino**.

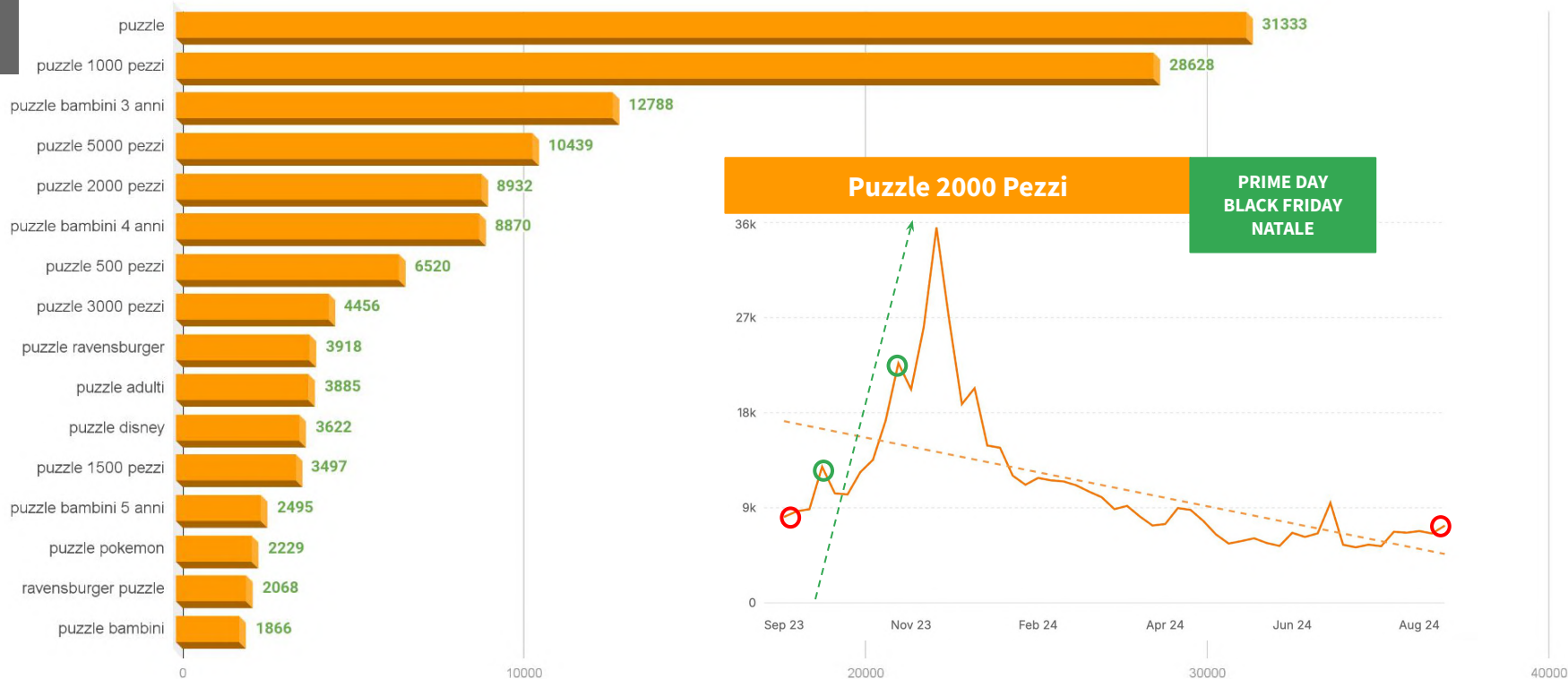
MATTONCINI

Kw di **brand** (Lego) associata a quella di categoria.

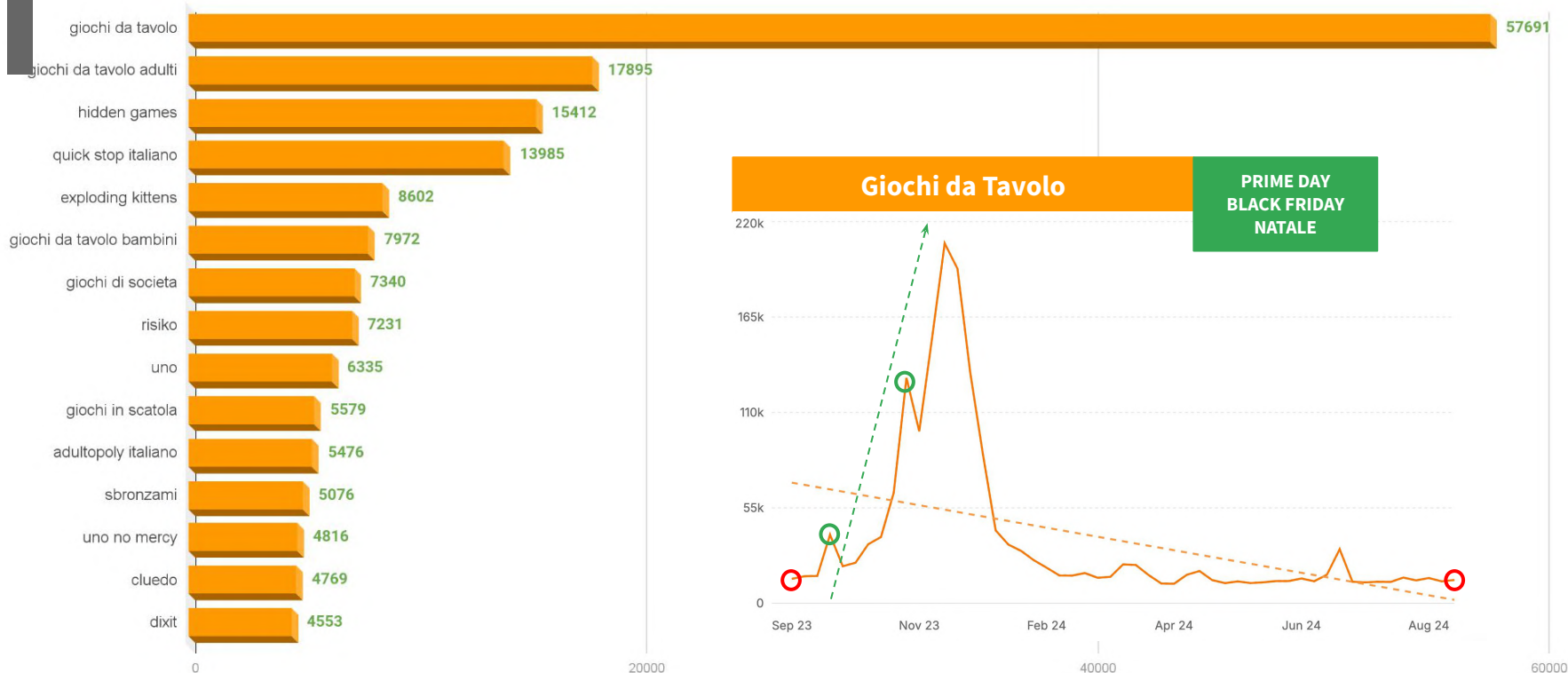
Rimangono le categorie **legno** e **magnetiche**, con focus su target **bambino**.

PUZZLE

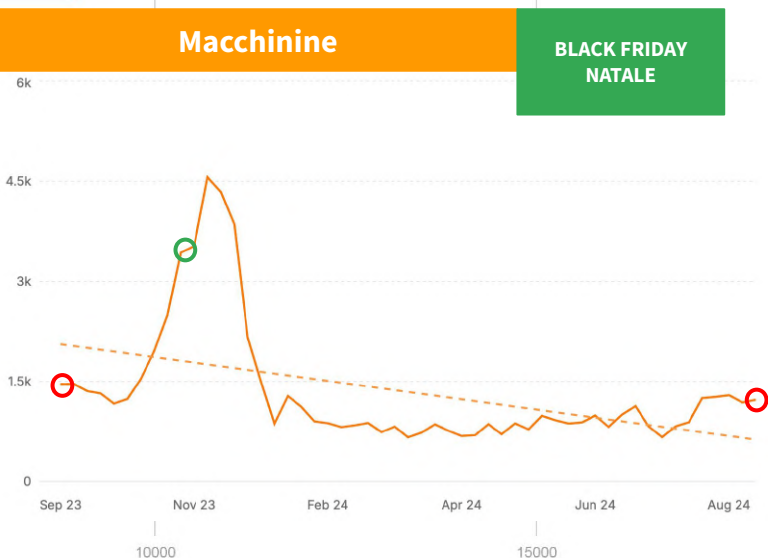
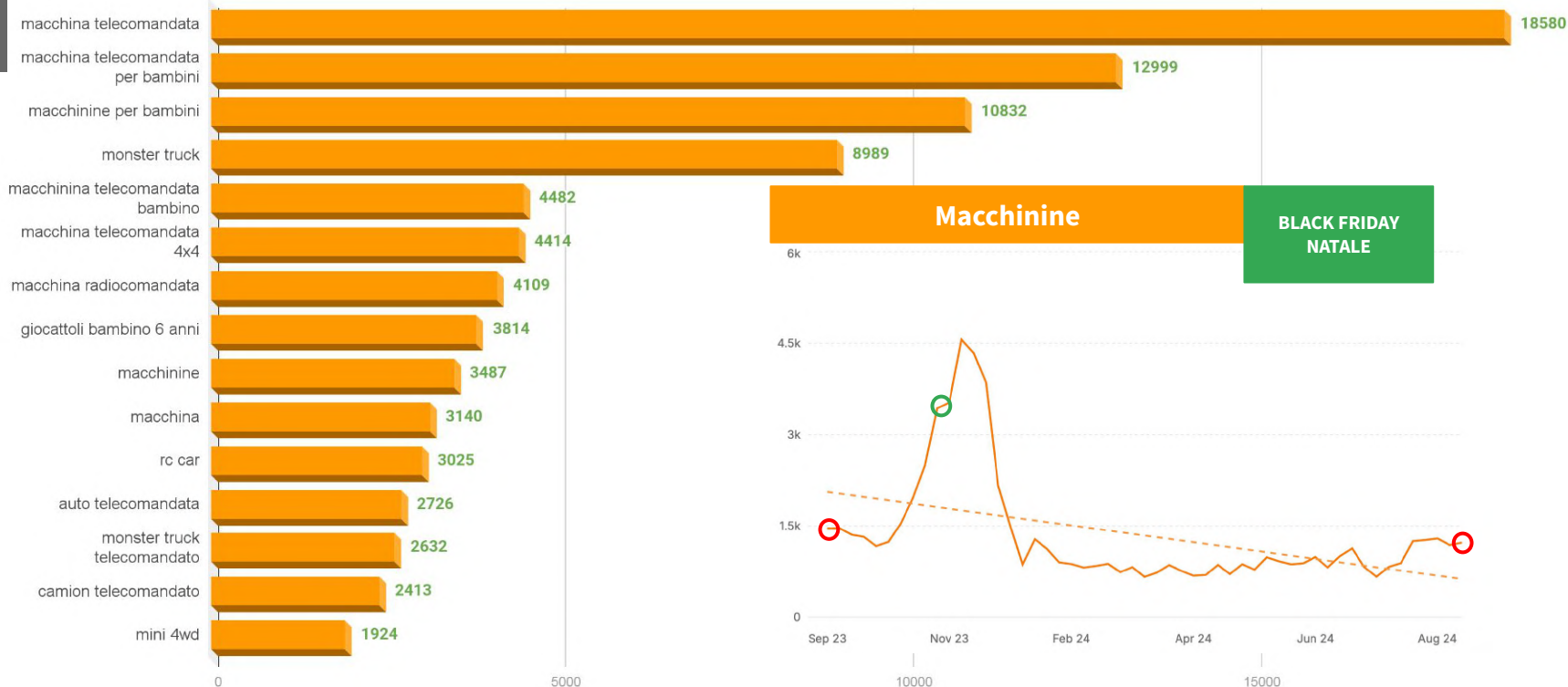
VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT



GIOCHI DA TAVOLO VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT

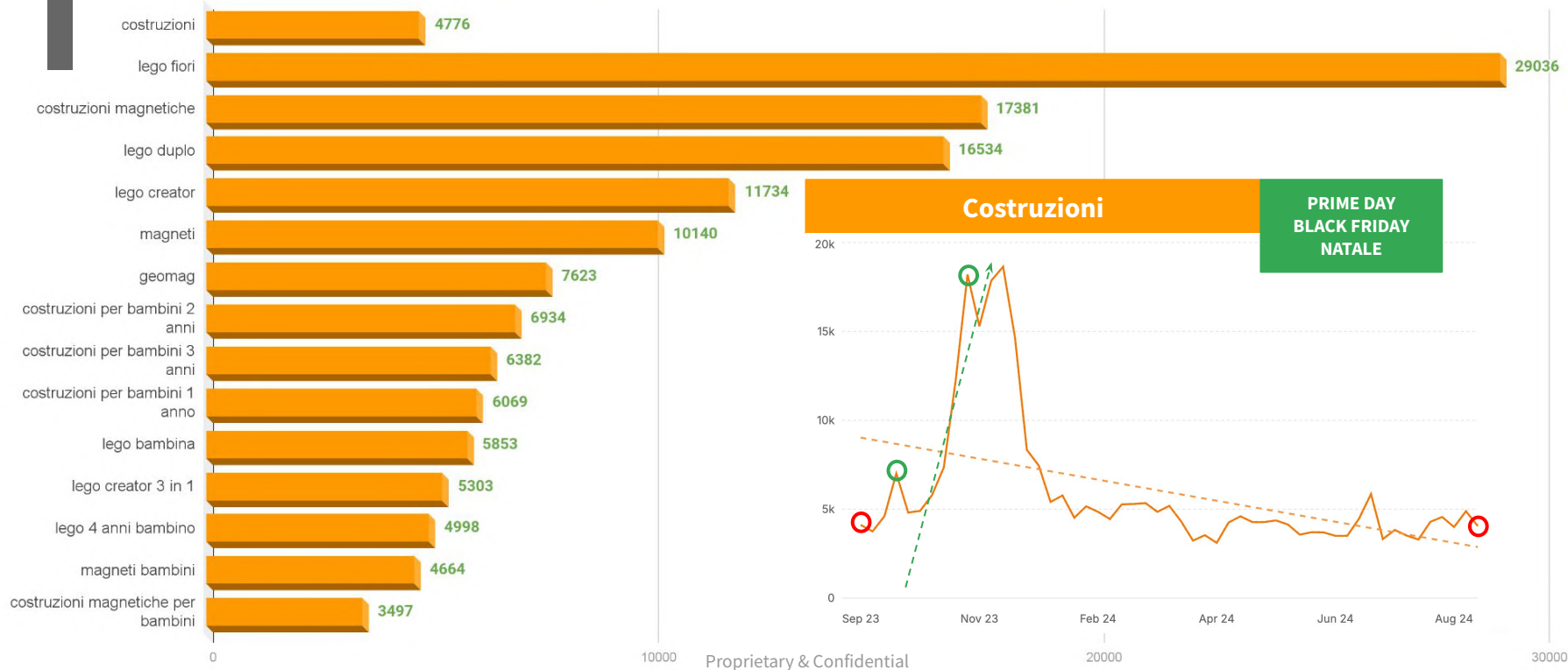


MACCHININE VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT



OSSERVATORIO TOYS

COSTRUZIONI VOLUMI DI RICERCA SU AMAZON.IT



OSSERVATORIO TOYS

SUMMARY SEARCH TRENDS

amazon

PUZZLE

Volume di ricerca più
che **quadruplicato** in Q4
(9k | 36k).

Focus sulla **pezzatura**
(**1000, 5000 e 2000**) dei
puzzle e sulle fasce d'età
dei piccoli (**3,4 e 5 anni**)

GIOCHI DA TAVOLO

Volume di ricerca **11**
volte più grande in Q4
(20k | 220k).

Keyword generiche o
ricerche esatte di
prodotto
Focus Giochi per Adulti

MACCHININE

Volume di ricerca
triplicato in Q4
(1,5k | 4,5k).

Focus su prodotti
telecomandati, in
particolare nella fascia
d'età bambino

COSTRUZIONI

Volume di ricerca più
quintuplicato in Q4
(4k | 20k).

Focus sul brand **lego** e
sulle **costruzioni**
magnetiche generiche e
focus sui bambini

SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

Fonte: Fanpage Karma

Timing: Gennaio - Settembre 2024

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction
	 Hot Wheels	2.0M	14%	242k	64	1.7M	13k	1.7M	0,33%	1,4%
	 LEGO	11.1M	11%	1.1M	387	24.7M	142k	24.8M	0,86%	0,61%
	 MATTEL	808k	8,0%	60k	35	170k	3.8k	174k	0,082%	0,64%
	 PLAYMOBIL	338k	8,0%	25k	141	816k	6.3k	822k	0,92%	1,8%
	 Liscianigiochi	20k	6,9%	1.3k	112	3.7k	107	3.8k	0,072%	0,18%
	 Ravensburger	111k	6,4%	6.7k	184	52k	2.8k	54k	0,18%	0,27%
	 Giochi Preziosi Italia	50k	4,2%	2.0k	31	2.9k	121	3.0k	0,022%	0,20%
	 Fisher-Price	866k	3,2%	27k	174	609k	28k	637k	0,27%	0,43%
	 Hasbro	394k	0,71%	2.8k	22	14k	1.6k	16k	0,015%	0,18%
	 Clementoni	43k	0,69%	294	79	3.1k	63	3.1k	0,027%	0,093%
	 Barbie	3.6M	-0,97%	-35k	108	4.0M	50k	4.1M	0,41%	1,1%
	 L.O.L. Surprise!	623k	-1,44%	-9.1k	121	164k	4.0k	168k	0,097%	0,22%
	 Nerf	738k	-3,04%	-23k	90	251k	4.7k	255k	0,12%	0,38%
Average		1.6M	4,4%	107k	119	2.5M	20k	2.5M	0,26%	0,57%

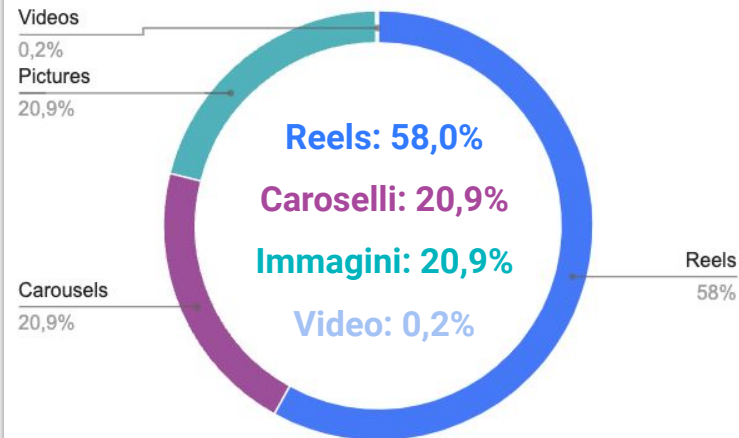
INSTAGRAM SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#NARUTOSHIPPUDEX #StarWars #TheMoonAcademy #RavensburgerMoment #PLAYMOBIL
#TeamHasbro #MomentsThatConnect #LEGOStarWars #Clementoni #LOLSurprise
#50YearsBlueTriangle #RavensburgerGames #JigsawPuzzle #PLAYMOBIL50 #LEGOHouse
#RavensburgerPuzzle #3DPuzzle #LEGO #Nerf #RavensburgerSpeedPuzzling #jointheparty
#toysforkids #liscianigiochi #lisciani #YouCanBeAnything #gliutilissimi #Space
#lastoriadelgiocoeducativo #Puzzle #MattelCreations #RavensburgerPuzzles
#montessori #LEGOIdeas #Clementonitoys #GraviTrax #giochipreziosi #carotina #Disney #CreArt
#clementoni #Anniversary #childhoodstartshere #SpeedPuzzling #largerthanlife
#HotWheels #DisneyLorcana #WJPC2024 #Barbie #playmobil #Barbie65

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

FORMATI UTILIZZATI



FORMATO STATICO → 41,8%

FORMATO VIDEO → 58%

Fonte: Fanpage Karma

Timing: Gennaio - Settembre 2024

		Fans	Follower Growth (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of posts	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Engagement	Post interaction	
f		LOL Surprise	327k	107%	169k	99	7.0k	394	12k	0,025%	0,070%
f		Barbie	5.4M	3,1%	164k	126	290k	20k	469k	0,032%	0,070%
f		Hasbro	35k	2,5%	849	15	631	530	2.0k	0,021%	0,38%
f		Hot Wheels	1.5M	2,1%	31k	162	102k	12k	160k	0,039%	0,065%
f		Mattel	740k	1,7%	12k	187	20k	1.4k	24k	0,012%	0,018%
f		Spin Master Global	98k	1,4%	1.3k	21	204	39	339	0,0013%	0,017%
f		Giochi Preziosi	62k	1,0%	640	29	417	46	794	0,0047%	0,045%
f		LEGO	10.2M	0,31%	31k	456	576k	106k	1.1M	0,038%	0,023%
f		Liscianigiochi	57k	0,089%	51	113	6.9k	103	7.6k	0,048%	0,12%
f		Playmobil	1.3M	-0,19%	-2.4k	141	38k	775	55k	0,016%	0,031%
f		Clementoni	124k	-0,22%	-272	61	957	26	1.1k	0,0033%	0,015%
f		Fisher-Price	6.8M	-0,30%	-20k	150	80k	15k	134k	0,0071%	0,013%
f		Ravensburger	42k	-43,81%	-33k	172	2.0k	268	2.9k	0,021%	0,033%
Average		2.1M	5,8%	27k	133	87k	12k	149k	0,021%	0,069%	

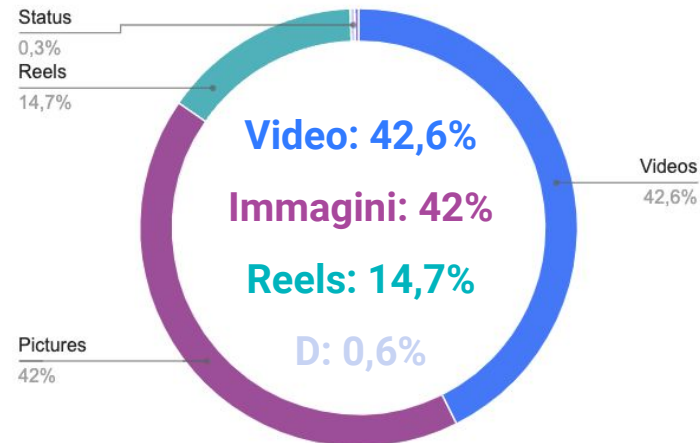
FACEBOOK SOCIAL BIG DATA + SEMIOTICA

TOP 50 HASHTAG: ENGAGEMENT

#carolina #NARUTOSHIPUDEN #LEGO #jointheparty #HotWheelsExperience #PLAYMOBIL50 #Barbie
#DisneyPrincess #PLAYMOBIL #MattelRaya2024 #largerthanlife #CarsDeDisneyPixar
#lastoriadelgiocoeducativo #HotWheelsLetsRace #ShopeeMY #liscianigiocchi
#HotWheelsatOkadaManila #PollyPocketMY #HotWheelsMY #PollyPocketID #MonsterHighID #Clementonitoys
#LEGOBrickTime #HotWheels #ToysRUsMY #SonDeMattel #HotWheelsOkada #WorldofDolls #playmobilschool
#HotWheelsUltimateRace2024 #school #Barbie65 #MattelMY #MonsterHigh #gliutilissimi #FisherPrice #playmobil
#LOLSurprise #RavensburgerMoment #LazadaMY #LEGOMastersAU #YouCanBeAnything #Ravensburger
#childhoodstartshere #MattelIndahnyaBerkongsi #giochipreziosi #sustainability #MattelSG #lisciani #DisneyPrincessID

size = frequency | green = high engagement | red = low engagement

FORMATI UTILIZZATI



FORMATO STATICO → 42,3%

FORMATO VIDEO → 57,3%



Canale più in crescita; **posting** ed **engagement** elevati.
Ideale per lo sviluppo di **Awareness & Equity**



Canale principale per **target genitori**; numero elevato di
utenti e **presidiato** da tutti i player



Canale più **recente**; non tutti lo presidiano. Risultati in
termini di costruzione ed **engagement** della **fanbase**

FOCUS: TIKTOK & PINTEREST



TIK TOK È UNA ENTERTAINMENT PLATFORM

All'apertura l'utente si ritrova nella sezione dei “**Per Te**”,
un'esperienza immersiva, full screen e sound on.

I contenuti sono personalizzati sulla base delle preferenze del
singolo utente grazie alla tecnologia del **Machine Learning**.

TIKTOK LO SCENARIO IN ITALIA

19.9M

**Audience Tiktok
ITA**

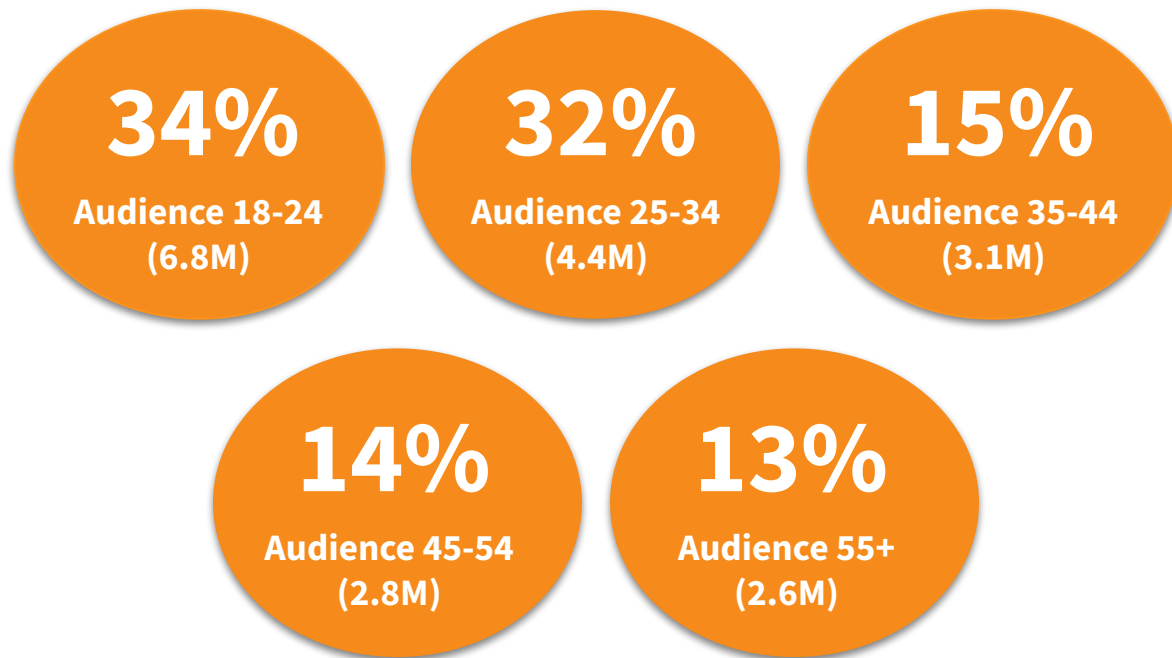
48%

**Audience UOMO
9.5M**

52%

**Audience DONNA
10.3M**

OSSERVATORIO TIKTOK LO SCENARIO IN ITALIA



OSSERVATORIO TIKTOK TOYS SNACKABLE INSIGHTS

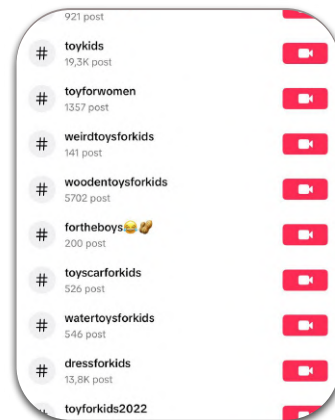
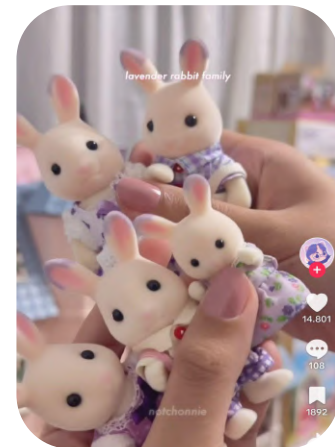
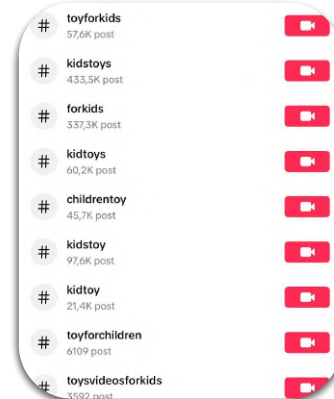
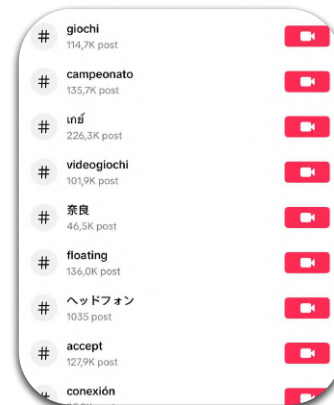


TIKTOK #GIOCATTOLI

#GIOCHI

#TOYS

#GIOCATTOLI



OSSERVATORIO TIKTOK PRODOTTI FOCUS – NATALE 2023

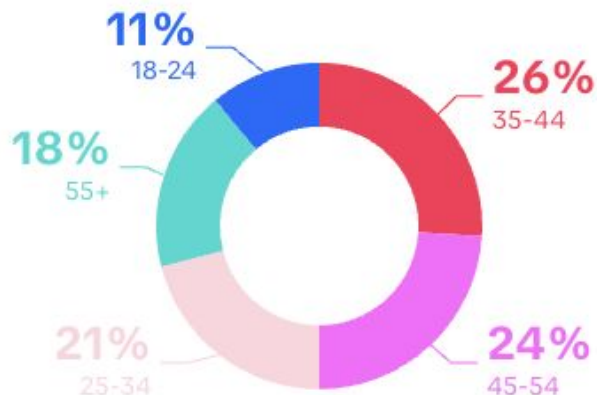
TOP 10 prodotti sponsorizzati nella categoria “**Toys & Hobby**” (12/2023) →

POSIZIONE	PRODOTTO	POPOLARITÀ	VARIAZIONE
1°	Stuffed Toys	166	+9%
2°	Stress Relief Toys	63	-36%
3°	Cars, Lorries & Trains	58	-22%
4°	Puzzles	41	-9%
5°	Planes & Helicopters	32	+8%
6°	Card Games	31	-30%
7°	Board Games	29	+6%
8°	Model & Toy Vehicles	29	+11%
9°	Dolls	27	-37%
10°	Flying Toys	24	+21%

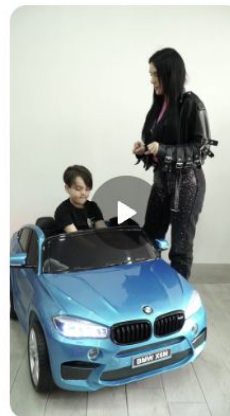
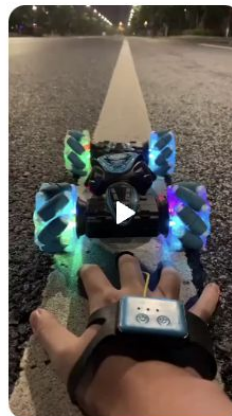
OSSERVATORIO TIKTOK PRODOTTI FOCUS – AUDIENCE E CONTENUTI

Audience e contenuti correlati per “Cars, Lorries & Trains” (12/2023) →

ETÀ AUDIENCE



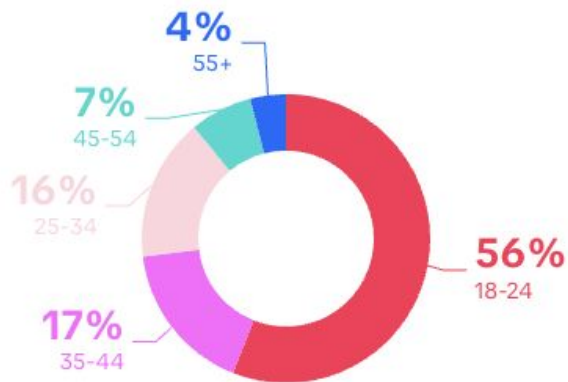
CONTENUTI CORRELATI



OSSERVATORIO TIKTOK PRODOTTI FOCUS – AUDIENCE E CONTENUTI

Audience e contenuti correlati per “Puzzles” (12/2023) →

ETÀ AUDIENCE



CONTENUTI CORRELATI

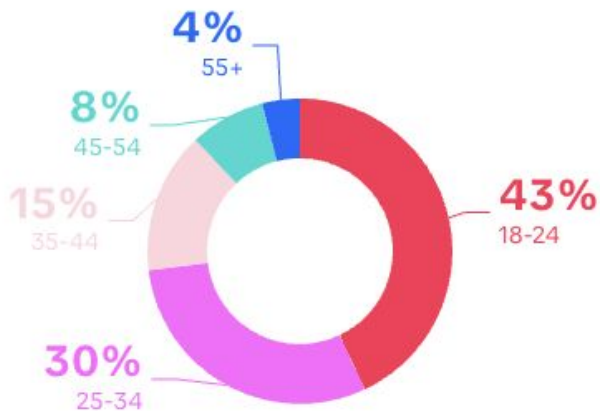
ICONIC
**ACQUISTA
ORA!**
www.iconic-puzzles.it



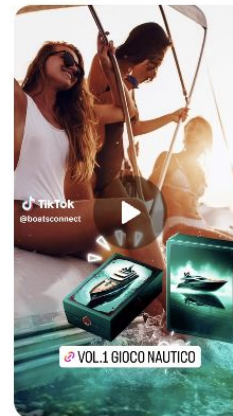
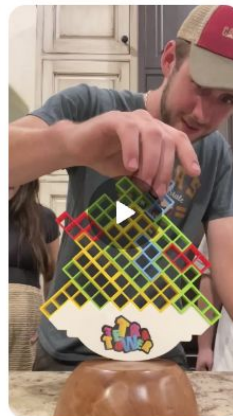
OSSERVATORIO TIKTOK PRODOTTI FOCUS – AUDIENCE E CONTENUTI

Audience e contenuti correlati per “**Board Games**” (12/2023) →

ETÀ AUDIENCE



CONTENUTI CORRELATI



SU PINTEREST É TUTTA UN'ALTRA STORIA

Su Pinterest le persone possono cercare **ispirazione** e provare **nuove idee** con la massima tranquillità. Ma non cercano solo idee. Cercano anche te.

Per iniziare, serve un **account business**.



PINTEREST

LO SCENARIO IN ITALIA

14.4M

**Visitatori Unici
al mese**

59M

Bacheche create

+35%

**YoY - Crescita utenti
Millennials**

PINTEREST LO SCENARIO IN ITALIA

17%

Audience 25-34
(4.4M)

20%

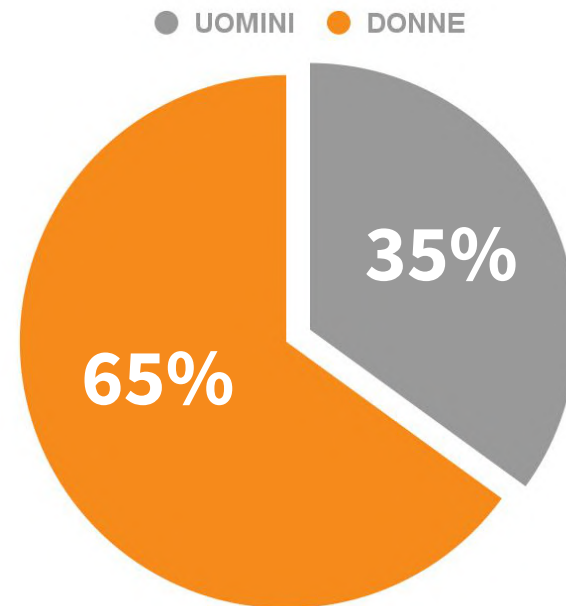
Audience 35-44
(3.1M)

22%

Audience 45-54
(2.8M)

18%

Audience 55-64
(2.6M)



OSSERVATORIO PINTEREST TOYS LO SCENARIO IN ITALIA

Tendenze principali degli **ultimi 12 mesi**, correlate alla keyword “**GIOCATTOLI**” →

Parole chiave	Volume della ricerca	Variazione settimanale	Variazione mensile	Variazione annuale
 giocattoli di carta		 -10%	-4%	40%
 giocattoli di legno fai da te		 20%	-10%	10%
 giocattoli fatti in casa		 -3%	1%	200%
 giocattoli all'uncinetto		 40%	20%	-50%
 giocattoli anni 60		 0%	30%	-20%
 giocattoli per gatti fai da te		 20%	3%	100%
 giocattoli fatti a mano		 60%	50%	-50%
 giocattoli vintage		 -20%	20%	30%
 giocattoli montessori fai da te		 0%	100%	4%
 giocattoli di legno		 -10%	-40%	-50%

OSSERVATORIO PINTEREST TOYS LO SCENARIO IN ITALIA

DONNE

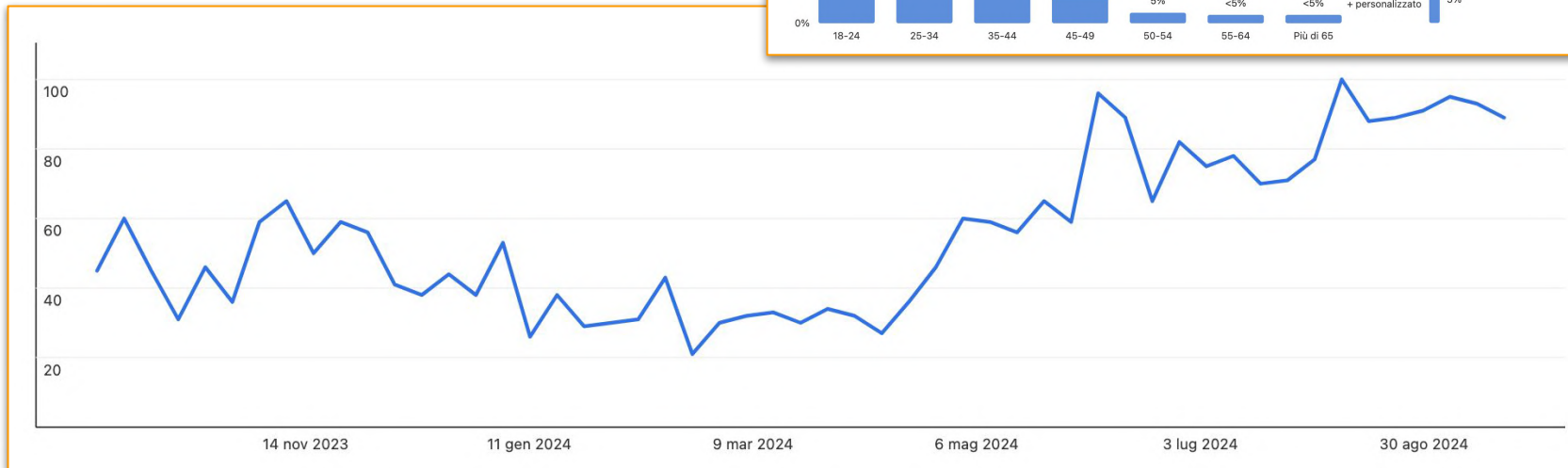
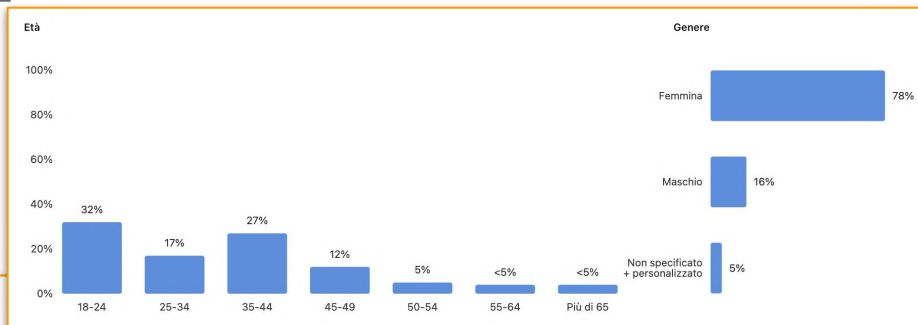
Parole chiave	Volume della ricerca	Variazione settimanale	Variazione mensile	Variazione annuale
 giocattoli di carta		-10%	-5%	50%
 giocattoli all'uncinetto		40%	20%	-50%
 giocattoli fatti in casa		-6%	10%	200%
 giocattoli per gatti fai da te		30%	5%	100%
 giocattoli fatti a mano		60%	50%	-50%
 giocattoli anni 60		-3%	30%	-20%
 giocattoli montessori fai da te		0%	100%	3%
 organizzazione giocattoli		-10%	60%	-40%
 giocattoli vintage		-20%	6%	60%
 giocattoli di cartone		3%	-30%	6%
 giocattoli anni '80		1%	-3%	-20%

UOMINI

Parole chiave	Volume della ricerca	Variazione settimanale	Variazione mensile	Variazione annuale
 giocattoli di legno fai da te		20%	-10%	9%
 giocattoli di carta		-4%	5%	10%
 giocattoli di legno		-10%	-30%	-60%
 giocattoli anni 60		-2%	30%	-30%
 giocattoli fatti in casa		1%	-20%	200%
 giocattoli vintage		-2%	30%	0%
 giocattoli antichi		0%	10%	-10%
 giocattoli anni '80		30%	0%	-30%
 giocattoli anni 70		0%	50%	-40%
 giocattoli fai da te per bambini		6%	-7%	-40%
 giocattoli di cartone		-60%	100%	-20%

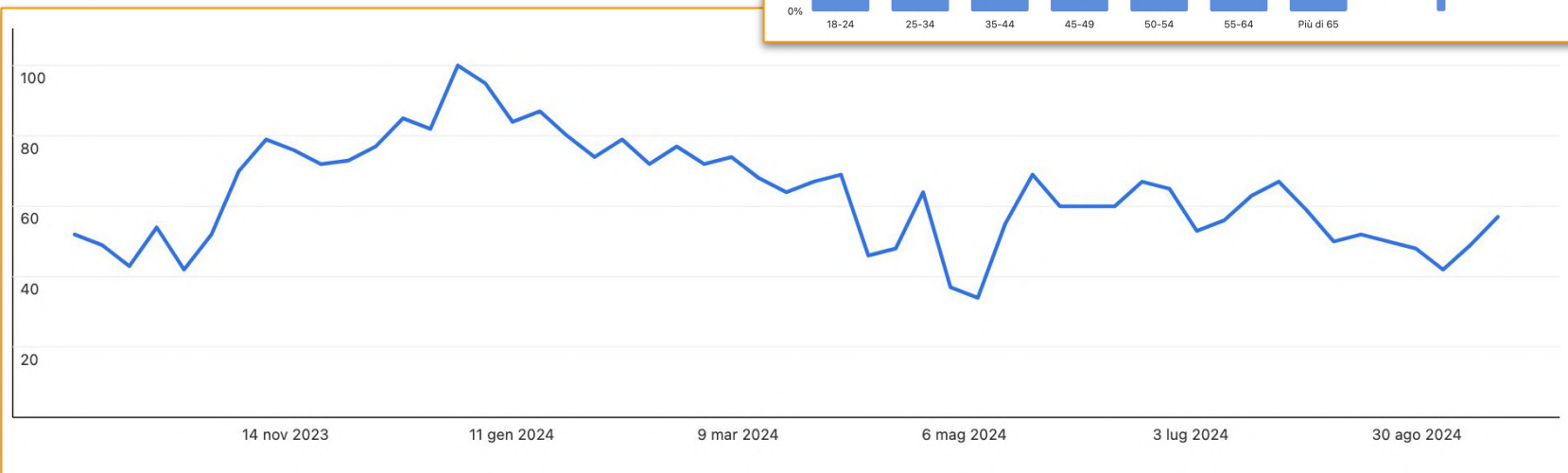
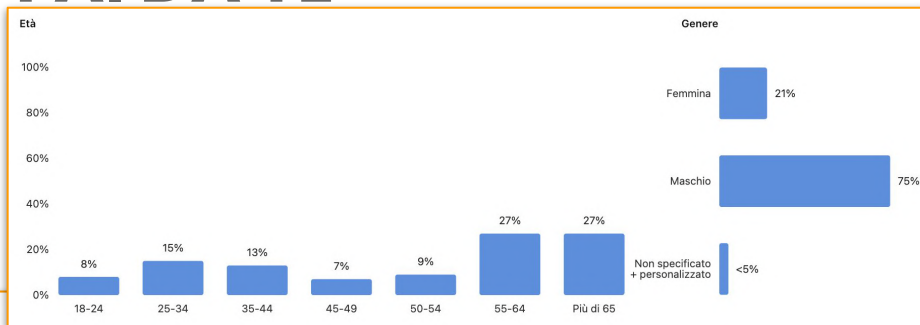
"GIOCATTOI DI CARTA"

- **Timing** → ultimi 12 mesi
- **Mercato** → Italia
- **Genere** → Donna (78%)
- **Età** → 18-24



"GIOCATTOLE DI LEGNO FAI DA TE"

- Timing → ultimi 12 mesi
- Mercato → Italia
- Genere → Uomo (75%)
- Età → 55-65+



KEYWORDS A CONFRONTO

Giochi per bambini

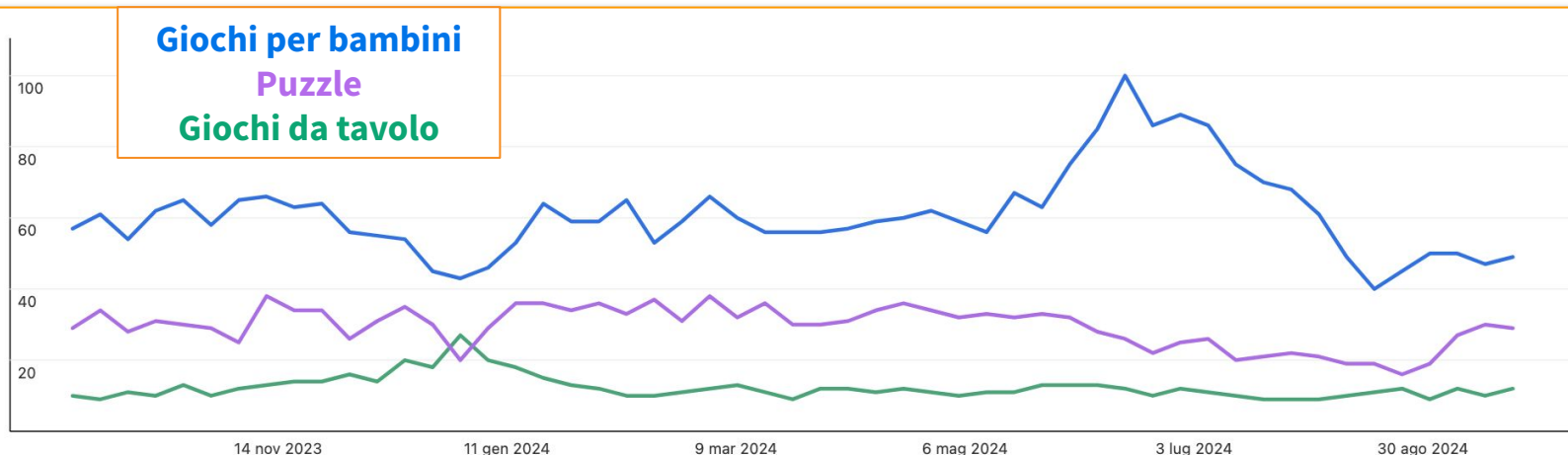
- Genere → Donna (88%)
- Età → 18-24; 35-44 (53%)

Giochi da tavolo

- Genere → Donna (71%)
- Età → 18-24; 25-34 (66%)

Puzzle

- Genere → Donna (80%)
- Età → 18-24; 25-34 (67%)



PINTEREST KEY TAKEAWAYS DI PIATTAFORMA



Tendenze principali degli **ultimi 12 mesi**, correlate alla keyword “**GIOCATTOLI**” →

PICCO

Il **picco** (indicizzato con volume 100) è stato raggiunto nel mese di:

Giugno '24 (F)

Dicembre '23 (M)

KWS

Principali **trend** nelle best KWs:

Fai da te

Vintage

GENERE

Donna → 71,0%

Uomo → 19,0%

N/A → 10%

ETÀ

18-24 → 54%

25-34 → 23%

35-44 → 11%

45-49 → 5%

50-65+ → <5%

Pinterest è una piattaforma PER L'ISPIRAZIONE



XCHANNEL ACADEMY

FORMAZIONE 2024

FEB
14

MULTI MARKETPLACE MARKETING

Un approccio innovativo per ottenere vendite incrementalì su tutti i nuovi canali



MAR
6

RAI PUBBLICITÀ | TOTAL VIDEO

Contenuti di qualità in un contesto sicuro



APR
10

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Utilizzare la IA per pianificare la crescita

MAG
8

RAI PUBBLICITÀ | AUDIO

Contenuti diversificati e complementari



GIU
5

TIKTOK E PINTEREST

Guida pratica per usarli ... e vendere!

LUG
3

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Case study di successo nel settore e best practice

LUG
19

AI EXECUTION LAB

BIG-DATA & SEMIOTICS

Ai generativa alla massima potenza

AGO
1

YOUTUBE E SPOTIFY

Anticipare il Natale 2024 mettendo al centro lo streaming



SET
4

RAI PUBBLICITÀ | EXPERIENCE

Cinema ed Eventi Musicali:
l'esperienza che crea valore



OTT
2

OSSERVATORIO CROSSCANALE:

Il Natale che ci dobbiamo aspettare

NOV
6

RAI PUBBLICITÀ | TOTAL VIDEO

La forza della crossmedialità Rai nei grandi eventi



XChannel
OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS



SAVE THE DATE

XChannel
MILANO - BARCELONA



XChannel

OSSERVATORIO CROSSCANALE TOYS

Per approfondimenti & analisi personalizzate:

info@xchannel-consulting.com