

Secondamano.it, leader nel settore degli annunci online, grazie a una nuova piattaforma tecnologica ha raggiunto i 58 milioni di pagine viste e 1.400.000 utenti unici al mese. Ne parliamo con Enrico Mangiarotti, Online business director.

I LEADER DEGLI ANNUNCI

di Gianni Martinelli

Secondamano.it, il numero uno nel settore degli annunci online, è il punto d'incontro tra chi vende e chi cerca qualcosa. Dal secondo semestre 2006 l'Editoriale Secondamano, diventata in questi giorni Schibsted Classified Media, è interamente controllata dall'omonimo gruppo multimediale norvegese con sede a Oslo, uffici in 20 paesi e oltre 8.500 dipendenti. Per saperne di più abbiamo intervistato Enrico Mangiarotti, Online business director.

MK: *Come sta andando il sito Secondamano.it?*

Enrico Mangiarotti: Per descrivere il successo del sito darei la parola ai numeri: 58 milioni di pagine viste nel mese di settembre, 1.400.000 utenti unici nello stesso periodo, tra i 140mila e i 250mila annunci pubblicati ogni mese. Mi sembra che le cifre parlino da sole, tanto più che la durata della pubblicazione degli annunci è brevissima in quanto i beni vengono venduti piuttosto in fretta. Si tratta sicuramente di uno degli indicatori di qualità del nostro sito.

MK: *Quali sono le ultime novità che vi hanno visto protagonisti?*

Enrico Mangiarotti: Da luglio 2006 siamo stati acquisiti da Schibsted ASA, una delle principali media company europee con uffici in quasi tutti i paesi del continente. Questo crea un valore aggiunto per i nostri partner, in quanto siamo in grado di garantire gli investimenti e l'esperienza necessari per raggiungere gli obiettivi. Ad aprile 2007 siamo partiti con la nuova piattaforma tecnologica di Schibsted, uno degli elementi che ci hanno consentito di

raddoppiare in pochi mesi i volumi di traffico. Abbiamo anche effettuato importanti investimenti in marketing, così come stiamo investendo sulla qualità dei contenuti, fornendo servizi fotografici gratuiti ai nostri clienti. Siamo sicuri che questa nuova filosofia risulterà vincente, infatti gli annunci con foto hanno un riscontro 5-7 volte superiore a quelli senza foto. Stiamo effettuando investimenti che produrranno effetti nel medio-lungo periodo, come per esempio un motore di ottimizzazione degli investimenti in Search Engine Marketing.

MK: *Quali sono i settori sui quali state puntando maggiormente?*

Enrico Mangiarotti: Il settore automotive e quello immobiliare. In entrambi i casi stiamo stringendo accordi con i principali player del settore, case automobilistiche e franchisor immobiliari. In particolare stiamo collaborando con produttori di software dedicati al settore, come SSD, una società che fornisce software gestionale a moltissime agenzie immobiliari. In questo modo, con un semplice click, le agenzie potranno pubblicare sul nostro sito i loro annunci senza costi aggiuntivi e senza dannose perdite di tempo. Per il mercato automobilistico stiamo già utilizzando la piattaforma Infocar di *Quattroruote*.

MK: *Quale rapporto mirate a creare con i vostri clienti?*

Enrico Mangiarotti: Non vogliamo avere con loro un rapporto di vendita, vogliamo costruire una relazione duratura e sinergica, una vera e propria partnership che ci consenta di supportarli nel loro processo di vendita.

Secondamano.it



Enrico Mangiarotti, Online business director.