



Media Consultants, un business nato con l'IT

di Carlo Guastone

Media Consultants ha realizzato da anni soluzioni IT per la gestione, la vendita e il monitoraggio di spazi pubblicitari sui media, dalla carta stampata, alla radio, televisione e, in prospettiva, ai nuovi devices. Ce ne parla Giovanni Ganzi, Responsabile sviluppo software e Consigliere di amministrazione di Media Consultants. Una carriera nell'IT al supporto di un business di successo.

Media Consultants nasce nel 1979, sulla base delle esperienze maturate da Antonio Margoni, (Presidente di Media Consultants srl e già Presidente storico TP, Associazione Nazionale Pubblicitari Professionisti), Ivana Girani e Nando Aldè, presso aziende industriali e prestigiose agenzie e concessionarie di pubblicità, nello studio dei mezzi pubblicitari, nella pianificazione di campagne di pubblicità e nel trattamento di dati di mercato. Inizialmente l'attività consisteva nel dare assistenza ai reparti media delle agenzie di pubblicità nell'uso dei primi programmi su computer per la pianificazione pubblicitaria del mezzo stampa, resi disponibili attraverso uno strumento allora rivoluzionario: il time sharing. Tra il '79 e l'81, mentre sul mercato si affacciano i primi personal computer, nasce Media Consultants srl e inizia la sua crescita. Aumentano i prodotti e i servizi, si sviluppa la pubblicità televisiva, matura l'orientamento per il futuro. Viene scelta la piattaforma tecnologica – il Mainframe – e nasce lo spirito che ancora oggi caratterizza la società: orientamento al servizio verso il cliente, dalla fase di analisi del problema, al momento dell'assistenza nell'utilizzo delle soluzioni adottate. L'offerta di soluzioni informatiche per il mercato pubblicitario si è notevolmente arricchite nel tempo, come si potrà verificare nel corso dell'intervista.

Quale il suo ruolo in Media Consultants?

Parlare di ruoli non è mai facile, cosa si fa in un'azienda dipende sempre dal contesto interno e dal mercato. Forse il tutto sembrerà più chiaro se mi consente di partire da lontano, dal 1984, quando sono entrato in Media Consultants dopo il diploma in informatica, e una esperienza di 6 anni come analista-programmatore di sistemi gestionali in Saico. Mi hanno assunto in Media Consultants per entrare in un Team ove si avevano già delle idee sul mercato delle agenzie pubblicitarie, sui servizi loro necessari, ma serviva qualcuno che le sapesse tradurre in pratica utilizzando l'informatica. Inizialmente, dal 1979, i servizi informatici di Media Consultants erano erogati in time sharing tramite la rete Geis, con il sistema CAMP (Computer Aided Media Planning). Dopo alcuni anni si era fatta strada l'idea di realizzare un package gestionale completo per minicomputers Texas Instrument TI990, con sistema operativo DX10 in linguaggio Cobol, da installare presso i nostri clienti: il sistema CAMAD (Computer Aided Media Administration). Siamo poi passati a soluzioni centralizzate su Mainframe, che si sono progressivamente arricchite di funzionalità, grazie all'innovazione tecnologica del settore, valorizzando le opzioni PC e Internet. Ritengo pertanto di svolgere un

ruolo vicino a quello di un classico Responsabile di sviluppo applicativo, ma quello che ci contraddistingue è il fatto che oltre a realizzare soluzioni IT, siamo anche coloro che definiscono i contenuti delle soluzioni in termini di specifiche applicative e tecnologie, realizzando in pratica dei pacchetti verticali. Per completezza di informazioni le dico che anche noi abbiamo dei committenti interni e dei responsabili che promuovono e approvano le soluzioni. In particolare Antonio Margoni, nostro Presidente e fondatore di Media Consultants, e i responsabili di funzione dell'azienda.

Quali la mission e i principali prodotti di Media Consultants?

Operiamo per il settore advertising sui Media, e siamo stati fra i primi a progettare e realizzare Tool IT per tale mercato, già fin dal 1979, ancor prima dell'avvento di Auditel. La nostra mission è quella di fornire servizi informativi sull'andamento della pubblicità sui media agli oltre 10 grandi Centri media che operano sul mercato italiano, e ad una trentina di agenzie pubblicitarie di maggiori dimensioni, per le quali i nostri servizi costituiscono un importante strumento gestionale, considerando i volumi in gioco e il livello di profondità delle analisi. Abbiamo pertanto una quarantina di clienti di fascia alta e siamo fornitori leader di un mercato delle società clienti che ha registrato negli anni novanta un forte



▲ **Giovanni Ganzi, Responsabile sviluppo software e Consigliere di amministrazione di Media Consultants**

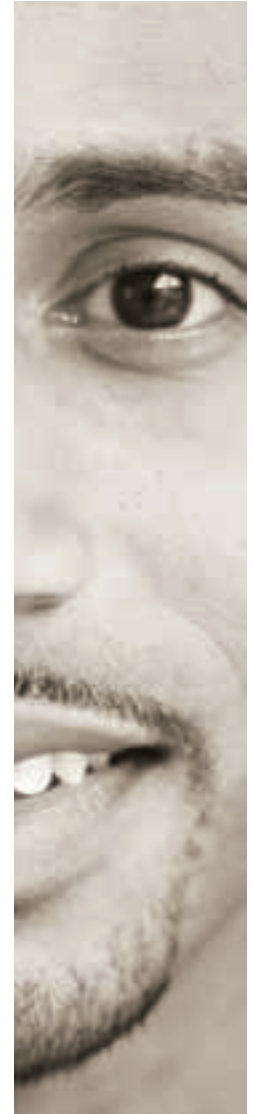
processo di aggregazione derivante da logiche di efficienza ed efficacia nel processo di Procurement di spazi pubblicitari. Per darle un'idea del livello di concentrazione, il maggior Player di settore in Italia è un gruppo internazionale che gestisce circa il 50% delle campagne pubblicitarie in termini di valore. Per quanto relativo ai nostri prodotti, l'idea strategica di Antonio Margoni e del team di persone che ha fondato Media Consultants, è stata quella di sfruttare inizialmente la rete time sharing di Geis per offrire supporti informatici alla fase di pianificazione e controllo degli investimenti pubblicitari, in sintesi una soluzione di controllo gestione. Raccolte importanti adesioni al servizio Geis, il passo successivo del team Media Consultants, come le ho già accennato, è stato quello di arricchire l'offerta in termini di funzionalità e mettere a disposizione soluzioni gestionali complete su minicomputer.

Come si sono evoluti i prodotti nel tempo? Quali le tecnologie emergenti?

Con il pacchetto CAMAD, si realizzò un'applicazione sviluppata su medi sistemi (Texas Instruments prima, IBM S/36 e AS/400) destinata a supportare tutto il processo di gestione delle campagne pubblicitarie: dal preventivo economico, al calendario delle uscite, al traffico e infine all'analisi statistica delle attività di buying. Ma il salto funzionale e

tecnologico dei prodotti Media Consultants lo si è avuto a metà anni novanta con il rilascio delle nuove soluzioni applicative: Ad*Box, evoluzione di CAMAD, e "MEDIA*BOX On Line" evoluzione di CAMP, sviluppate con nuove tecnologie. Ad*Box, è un'applicazione in architettura client-server, data base Informix e linguaggio Visual Basic, che sfrutta le nuove potenzialità messe a disposizione dall'interfaccia PC e dai nuovi strumenti di data base. "MEDIA*BOX On Line" è una soluzione realizzata in architettura client server, data base SQL e linguaggio di interrogazione sviluppato direttamente da noi. "MEDIA*BOX, costituisce la nuova modalità di connessione ai servizi ed ai prodotti software di Media Consultants, con possibilità di collegarsi alla nostra server farm attraverso un browser Internet qualsiasi ed utilizzare i prodotti e le funzionalita' sfruttandone tutta la potenza di calcolo. Da oltre vent'anni Media Consultants fornisce servizi/prodotti software on-line, siamo infatti convinti che questa modalità sia quella che al meglio soddisfa le esigenze di tempestività e di frequenza di aggiornamento sia dei dati sia degli applicativi e quelle di grandi volumi di spazio che alcuni data bases richiedono insieme con la garanzia che gli interventi vengono svolti da personale tecnico

altamente qualificato. In questo modo l'utente usufruisce sia dei vantaggi degli applicativi personal computer (interfacce visuali e grandi capacità di scambio files con il personal computer), sia dei punti di forza delle applicazioni distribuite centralmente. La gamma dei servizi/prodotti forniti al mercato prevede anche un innovativo prodotto per la pianificazione del mezzo affissione, basato su tecnologie di geomarketing (Geoplan), e un'applicazione che completa gli strumenti di gestione dell'affissione, prima CPO (in modalità on-line) e ora Affi*Box, ovvero il modulo specializzato del sistema di gestione Ad*Box. Per noi che viviamo sul campo è difficile identificare le nuove tecnologie. Assistiamo più ad una continua evoluzione che a salti tecnologici. Nella elencazione di prodotti che abbiamo realizzato ho già accennato a linguaggi, a data base, ad architetture. Per darle tuttavia una risposta specifica, PC e Internet sono stati per i nostri servizi un rilevante salto tecnologico degli anni novanta, mentre ora stiamo gestendo la transizione verso la gestione multimediale delle informazioni. Ad esempio stiamo sperimentando nuove soluzioni per produrre informazioni tramite tecnologie di gestione immagini in streaming, per fornire dati di accesso ai programmi TV, abbinata-



MEDIA*BOX TVBOX
Immediatezza al servizio nella Pianificazione del Mezzo Telespettacolo

Post Evaluation

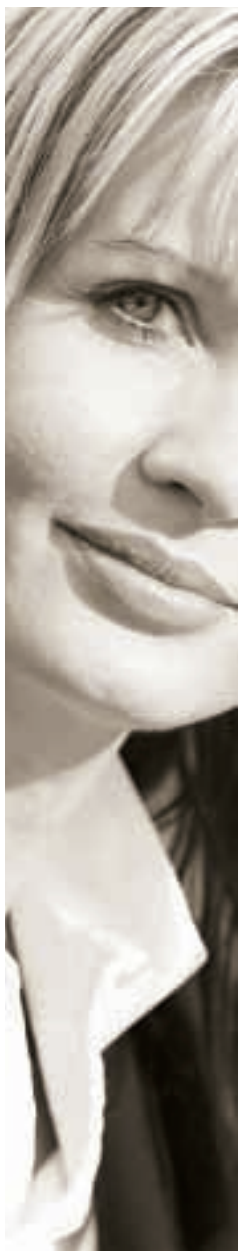
POST EVALUATION è il prodotto software dell'universo MEDIA*BOX ONLINE sviluppato per concentrare la stima dei risultati di comunicazione a posteriori delle campagne televisive. L'impianto operativo è basato sull'uso delle informazioni di emissione ricevute da Marketing TV Service unito alle stime dell'intero set dei risultati di comunicazione raccolti sui dati Individual Audited. POST EVALUATION è stato sviluppato utilizzando gli strumenti software più innovativi presenti sul mercato e con una costante attenzione all'utente finale e al suo utilizzo con gli altri prodotti software di Media Consultants. L'insieme di tutte le funzioni permette una completa interattività anche nella esecuzione delle analisi più complesse e dettagliate. Post Evaluation è utilizzabile sia ai fini del monitoraggio dell'attività delle proprie campagne televisive sia ai fini dell'analisi dell'attività pubblicitaria della concorrenza.

Aggiornamenti:
Grazie ai ritmi di rilevazione di MTYS e ad un canale telematico dedicato tra MCS e MTYS, i dati per le Post Evaluation vengono aggiornati quotidianamente.

Le principali analisi:
- Rilevazione tempestiva - individuazione delle campagne da valutare - comparazione

Media Consultants
MEDIASCOPE ONLINE è un prodotto del Gruppo MEDIA CONSULTANTS s.p.a. - Via R. 2 giugno 7, 20134, Milano - Italia - Tel. +39 02 88791741 - Fax +39 02 88791742

ITManagement



ti al programma andato in onda, mostrato direttamente su PC. Notevole attenzione abbiamo destinato alla nostra Server farm, con realizzazione di soluzioni di virtualizzazione dei server, di automazione della gestione e di sicurezza di funzionamento.

La banca dati italiana dei mezzi pubblicitari

Per garantire a tutti gli utilizzatori di Ad*Box informazioni sempre aggiornate, si è consolidato un apposito servizio di aggiornamento della base dati dei listini, delle caratteristiche e dei calendari praticamente di tutti i mezzi pubblicitari a carattere nazionale. In questo modo, mediante aggiornamenti anche giornalieri, le Centrali Media, le Agenzie e gli Utenti di pubblicità possono contare su informazioni attendibili e fresche. Tale base dati, unica in Italia, rappresenta il primo e unico tentativo in Italia di standardizzazione delle informazioni in questo settore e ha costituito la base di partenza per servizi orientati allo scambio di informazioni tra gli attori del mercato. Media Consultants è da sempre impegnata a favorire lo scambio di informazioni fra i diversi attori del mondo della comunicazione, MCSDelivery è l'espressione di questa filosofia è infatti un servizio riservato ai clienti Media Consultants collegati alla nostra rete, che consente di scaricare i dati più aggiornati e le ultime release dei nostri software. Ma consente anche di dialogare con altre importanti componenti del mercato è infatti possibile l'invio automatico a MMS (Metro

Media System), ente che si occupa di rilevare l'emesso TV, delle pianificazioni tv da certificare. La ricezione – dai principali concessionari tv e radio (Sipra, Publitalia 80, PK, SKY) – dei calendari definitivi di programmazione delle campagne pubblicitarie. La possibilità di inviare i calendari delle campagne stampa – quotidiana e periodica – a Digital Media Research per la verifica delle uscite reali (controllo giustificativi) e la successiva ricezione, automatica, in Ad*Box dei risultati di tali controlli. Anche l'aggancio verso applicazioni di media planning sviluppate da altre società viene implementato e reso disponibile.

I nostri pacchetti per il mercato media, non si fermano qui. Offriamo anche prodotti di controllo e monitoraggio dell'emesso in TV riceviamo giornalmente (più volte al giorno) tutti gli spot e i programmi andati in onda sulle 7 reti nazionali e tramite appositi moduli li completiamo con le audience di fonte Auditel consentendo così ai nostri clienti di controllare l'andamento delle proprie campagne pubblicitarie in modo estremamente preciso e puntuale.

Come siete organizzati? Quali i principali aspetti della Governance aziendale?

Siamo in una cinquantina di persone che operano con un forte spirito di squadra, favorendo la comunicazione interna e la trasparenza di gestione. Per realizzare tali obiettivi, il nostro Vertice ha promosso nel tempo la adozione di meccanismi organizzativi formalizzati: dalla struttura di funzionamento definita nel massimo dettaglio, con identificazione di ruoli e responsabilità, alla adozione di chiare e semplici procedure, nell'area commerciale, amministrativa e tecnica, nel quadro del Sistema di gestione qualità ISO 90001, adottato in modalità certificata da anni. Quest'anno saremo certificati anche per il Sistema di gestione relativo alla sicurezza delle informazioni ISO 27001. Ma quanto le ho detto non penso sia una rilevante novità. Ciò che è importan-

te sottolineare è che da noi l'organizzazione non è solo forma. E, in questo contesto, un importante ruolo di spinta alla continua ricerca di miglioramenti gestionali lo dà il Vertice aziendale, che è stato il promotore della adozione dei sistemi Iso 9001 e ISO 27001, e che ci sensibilizza sull'importanza del servizio ai clienti, servizio periodicamente monitorato con indagini di customer satisfaction. La nostra struttura di funzionamento si basa su quattro livelli: le unità organizzative di base, cui contribuiscono tutti i dipendenti Media Consultants, e tre entità: il Comitato Operativo (composto dai responsabili dei Servizi aziendali), il Comitato di gestione (Composto dai Direttori di funzione) e il Consiglio di amministrazione dell'azienda, Presieduto da Antonio Margoni e composto da Ivana Girani, Nando Aldè e dal sottoscritto. Per quanto relativo all'IT Governance, il mio ruolo nel CDA determina una assunzione da parte mia di compiti di coordinamento generale delle attività di innovazione, sviluppo ed esercizio delle soluzioni informatiche. Relativamente alla struttura IT, oltre alla funzione di Sviluppo applicativo, di cui sono responsabile, sono previste altre due funzioni: ICT management, focalizzata sulle tecnologie e l'esercizio, e Sistemi mini, focalizzata sull'informatica distribuita. Un valido supporto metodologico per l'IT Governance ce lo forniscono le Procedure di Pianificazione e controllo dei prodotti e servizi IT e di Change management applicativo e infrastrutturale che contemplano, in coerenza con i Sistemi Qualità e Sicurezza delle informazioni, specifici programmi di miglioramento continuo con la definizione di performaces key indicator, con particolare focalizzazione sui livelli di servizio e sulla customer satisfaction. Il nostro business si basa infatti su tre dimensioni chiave: l'apporto della nostra squadra, la fedeltà dei nostri clienti e servizi tecnologici allo stato dell'arte. ■