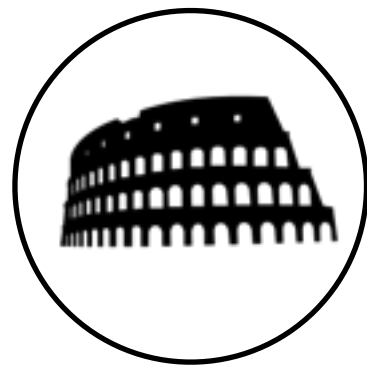


H»ART

STRUMENTI PER IL DIGITAL MARKETING

Roma, 16/03/2015

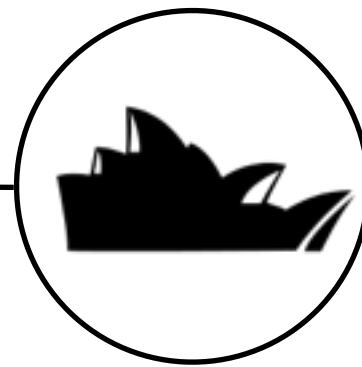
HELLO!



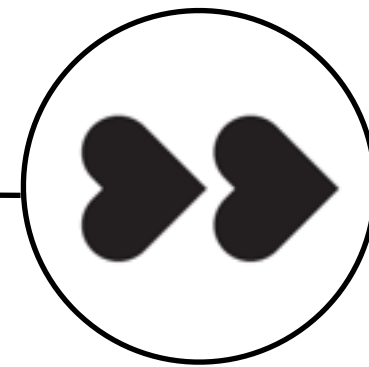
2001-2008



2009-2011



2011-2014



2014-ONWARDS

Riccardo Grannonio
DIGITAL PERFORMANCE MARKETING MANAGER
H-ART
email: rgrannonio@h-art.com

A G E N D A

- ★ H-ART
- ★ Alcuni di numeri
- ★ Introduzione al digital media marketing
- ★ Approfondimento sui principali canali media

H»ART

A NEW INTEGRATED MKTG & COMMUNICATION AGENCY MODEL

A company where strategies are based on merging the different disciplines, holistically: consumer insights, creativity, contents, interaction and visual design, video production, technology, media, metrics; these important areas of expertise must seamlessly converge in any sort of modern, cross-media marketing design.

It can support the marketing and communication management of major international brands to develop special activities and real time contents on all platforms connecting brands and consumers, with shared goals and business KPIs.

THE BEST PLACE TO BE

150  87  63  5  1 H»ART

H-ART has grown continuously since the year it was founded. In 2005, there were only eight specialists handling agency projects. Then the number of H-ARTists doubled year after year. Over the last three years, despite the economic situation, it has grown at a rate of about twenty new entries per year.

The agency's core is its young professional talents aged an average of 32. The number of offices has increased too: four in Italy and two abroad.

Today H-ART is located in Treviso, Milan, Rome, Florence, London.

#lightness

#humility

#uptodate

#ambition

#innovation

#leadership

#carefordetails

#simplicity

#respect

#dream

#vision

BORN HERE ON APRIL 2005

A company made in H-FARM



KEY FACTS

Founded in Italy: April 2005

Headcounts: 150

Revenues (est. 2013): 15 M€

Ca' Tron, Venice Lagoon (Italy)

SINCE 2009 PART OF WPP



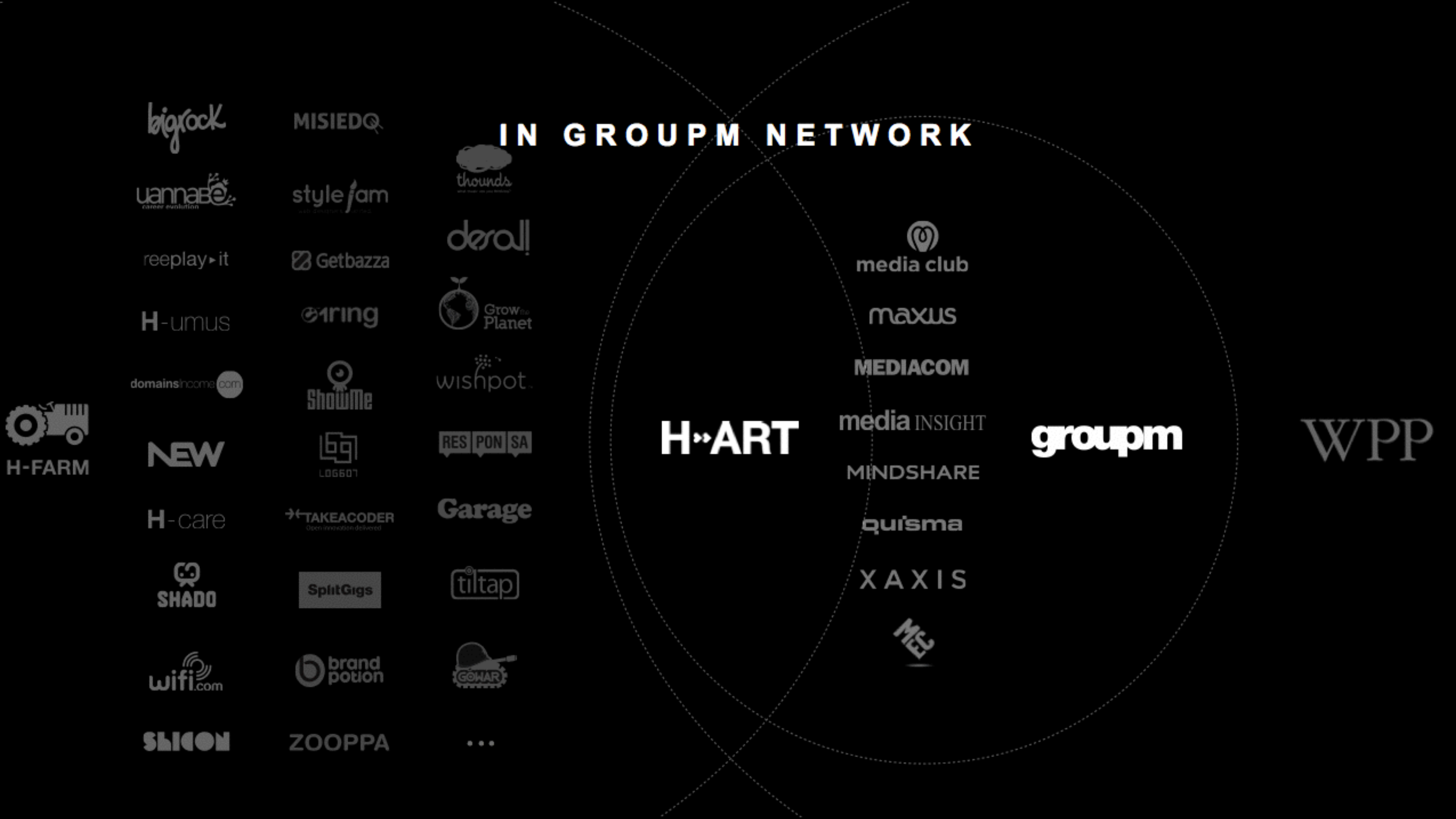
H-FARM

The most successful Venture capital
and incubator in Italy

H•ART

WPP

a world leader in advertising
and marketing services



IN GROUPM NETWORK

H•ART

groupm

WPP

media club

maxus

MEDIACOM

media INSIGHT

MINDSHARE

quisma

XAXIS

MEJ

bigrock

uannabe
career evolution

reeplay▶it

H-umus

domainshoom.com

NEW

H-care

SHADO

wifi.com

SHICON

MISIEDQ

style jam
web designers united

Getbazza

airing

ShowMe

LG6607

TAKEACODER
Open innovation delivered

SplitGigs

brand
potion

ZOOPPA

thounds

derall

Grow the
Planet

wishpot

RES PON SA

Garage

tiltap

GOWAR

...





CALZEDONIA



GEOX



INTESA  SANPAOLO



Red Bull



H-ART communication projects create
emotion and capture people's attention.



aprilia



ALESSI

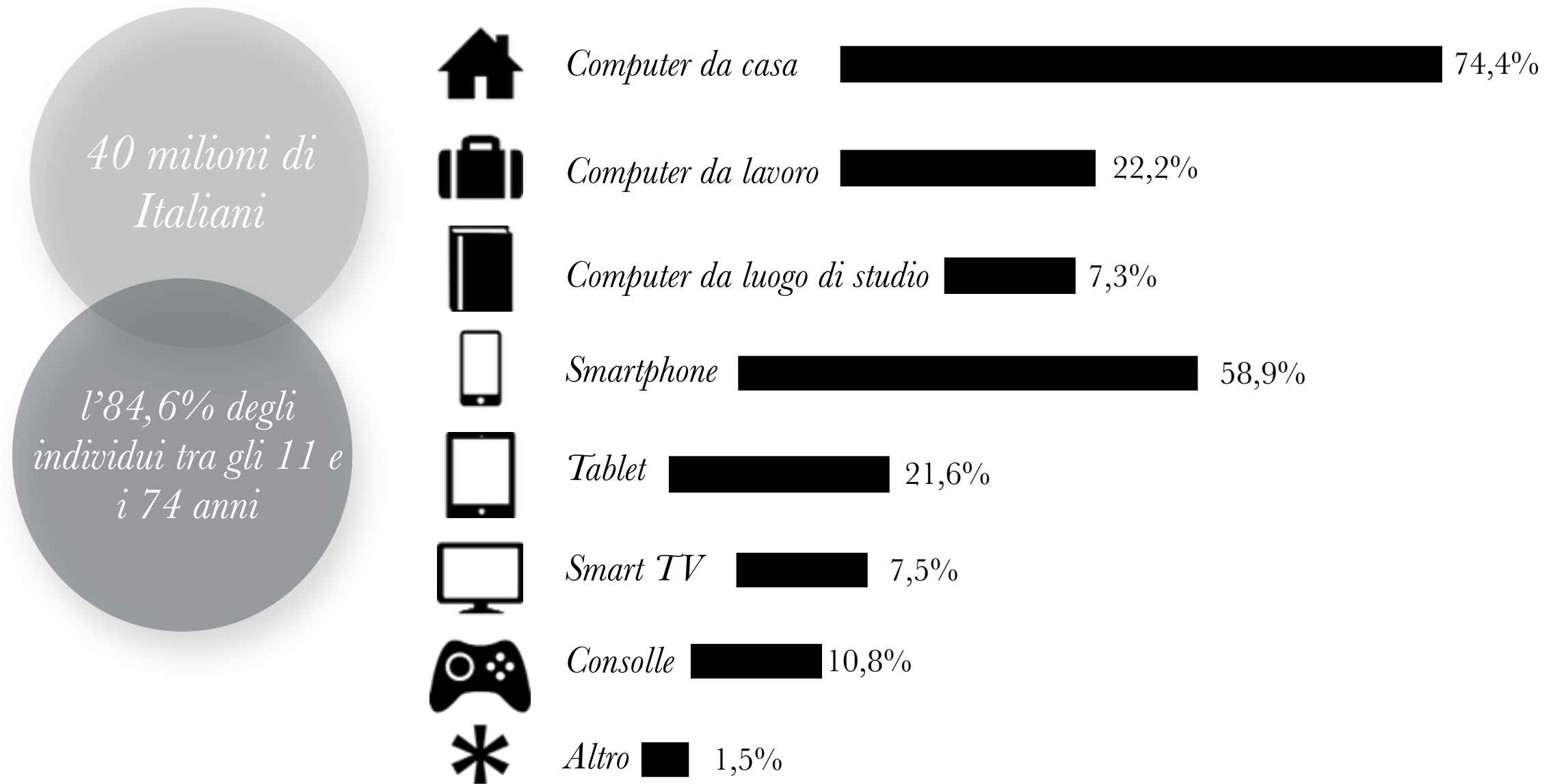




ALCUNI NUMERI

GLI ITALIANI E L'ACCESSO A INTERNET

Hanno la possibilità di accedere ad Internet da almeno un device/location:



L'INTERNET AUDIENCE IN MEDIA NEL 2014



Unique audience media daily (000)

20.897

12.672

15.606

*Time per person media daily
(HH:MM)*

01:54

01:13

01:34

Unique audience media monthly (000)

28.558

26.986

18.039

*Time per person media monthly
(HH:MM)*

42:28

17:23

41:05

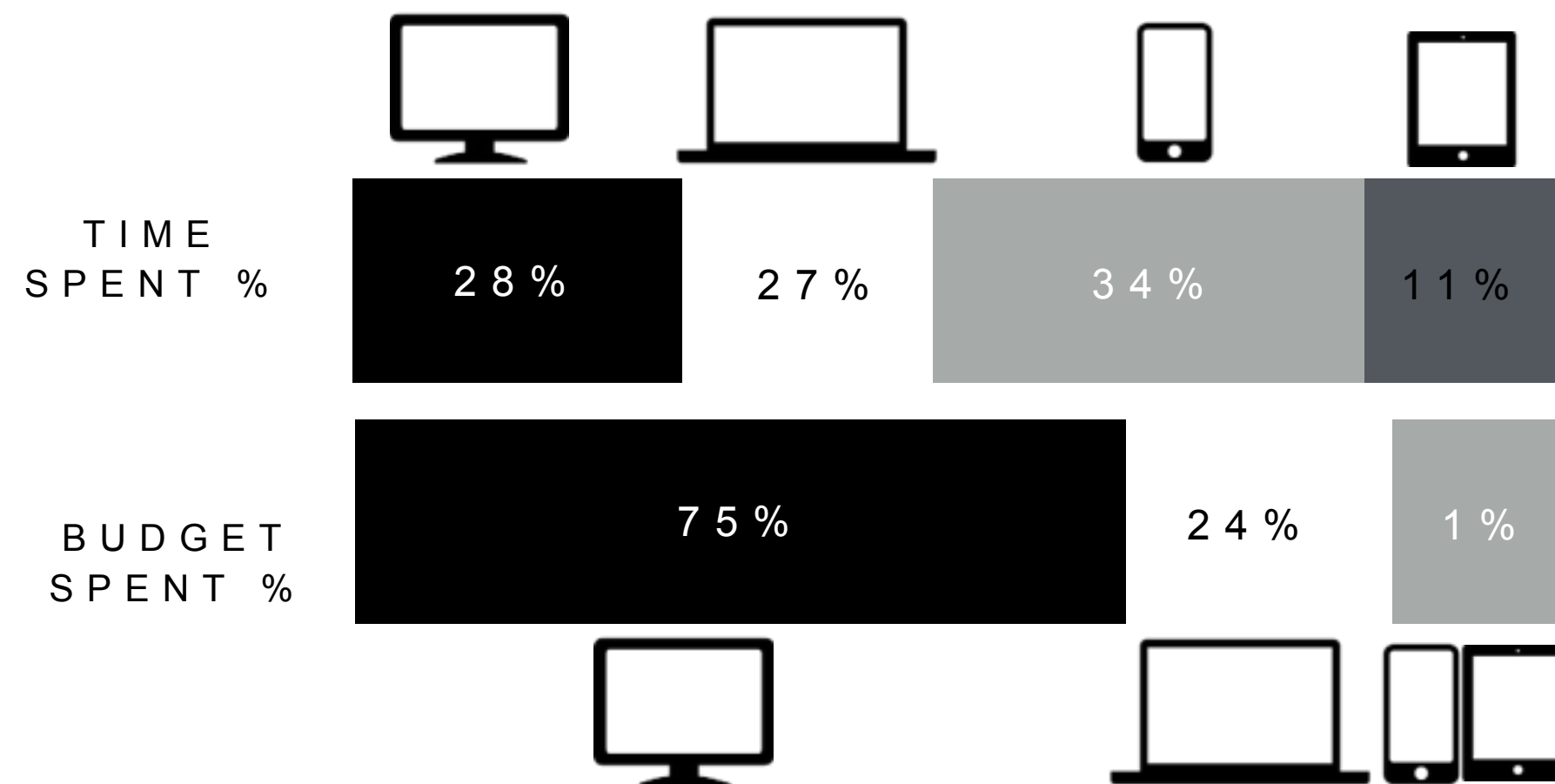
Nel 2014 si rileva il primato del mobile nella fruizione quotidiana di Internet

INTERNET RANKING (TOP 50)

Site	Unique Audience (000)	Active Reach (%)	Universe Reach (%)	Time Per Person	Total Page Views (000)
Total	28.781	100,0%	53,4%	48:50:34	56.760.914
Google	27.111	94,2%	50,3%	03:46:56	7.535.207
Facebook	23.843	82,8%	44,2%	12:55:28	5.923.172
YouTube	20.764	72,1%	38,5%	01:36:49	915.627
WhatsApp	17.344	60,3%	32,2%	09:25:19	1.388.819
Yahoo	17.318	60,2%	32,1%	00:49:20	782.602
Amazon	16.992	59,0%	31,5%	00:39:14	1.012.343
Wikipedia	16.896	58,7%	31,3%	00:23:10	309.088
Microsoft	13.958	48,5%	25,9%	00:38:30	187.576
MSN/WindowsLive/Bing	13.649	47,4%	25,3%	00:48:03	785.450
eBay	13.251	46,0%	24,6%	01:02:41	1.136.471
Blogger	12.477	43,4%	23,1%	00:13:04	166.535
La Repubblica	11.717	40,7%	21,7%	00:25:08	411.723
Skype	10.946	38,0%	20,3%	01:17:38	196.921
Leonardo.it	10.488	36,4%	19,4%	00:10:33	133.848
Corriere della Sera	10.004	34,8%	18,5%	00:23:10	269.288
Nanopress	9.885	34,3%	18,3%	00:06:28	75.062
Subito.it	9.840	34,2%	18,2%	00:59:13	990.098
TGCOM24	9.811	34,1%	18,2%	00:41:40	156.212
SeatPG Directories Online	9.763	33,9%	18,1%	00:05:19	63.567
Pianetadonna.it	9.642	33,5%	17,9%	00:09:34	114.997
ilMeteo	9.202	32,0%	17,1%	00:15:35	189.059
Groupon	9.083	31,6%	16,8%	00:18:35	194.845
Twitter.com	9.023	31,4%	16,7%	00:44:50	189.074
Samsung	8.637	30,0%	16,0%	00:12:26	96.400
Blogo.it	8.364	29,1%	15,5%	00:05:50	61.347
Giallozafferano.it	7.797	27,1%	14,5%	00:13:02	89.753
Apple	7.775	27,0%	14,4%	00:34:48	64.241
Dropbox	7.333	25,5%	13,6%	00:12:39	55.032
Telecom Italia	7.272	25,3%	13,5%	00:40:26	608.731
Instagram	7.271	25,3%	13,5%	02:05:00	191.410
Poste Italiane	7.182	25,0%	13,3%	00:16:57	158.616
Quotidiano.net	6.919	24,0%	12,8%	00:07:53	74.535
TripAdvisor	6.761	23,5%	12,5%	00:10:56	96.491
Trova Prezzi	6.557	22,8%	12,2%	00:04:32	47.206
Rai	6.546	22,7%	12,1%	00:12:21	90.879
PayPal	6.518	22,6%	12,1%	00:07:23	77.828
Il Messaggero	6.449	22,4%	12,0%	00:10:36	85.514
WordPress.com	6.406	22,3%	11,9%	00:05:54	33.429
Kijiji	6.342	22,0%	11,8%	00:13:27	140.894
Vodafone	6.229	21,6%	11,5%	00:14:44	114.283
Wind	6.134	21,3%	11,4%	00:09:41	57.554
LinkedIn	6.127	21,3%	11,4%	00:11:58	66.555
La Stampa.it	6.046	21,0%	11,2%	00:16:55	98.754
La Gazzetta dello Sport	5.434	18,9%	10,1%	00:30:56	172.939
Studenti.it	5.400	18,8%	10,0%	00:05:20	30.296

Fonte: Audiweb, Gennaio 2015

TIME SPENT VS BUDGET SPENT



#Il budget e l'audience non sono distribuiti allo stesso modo

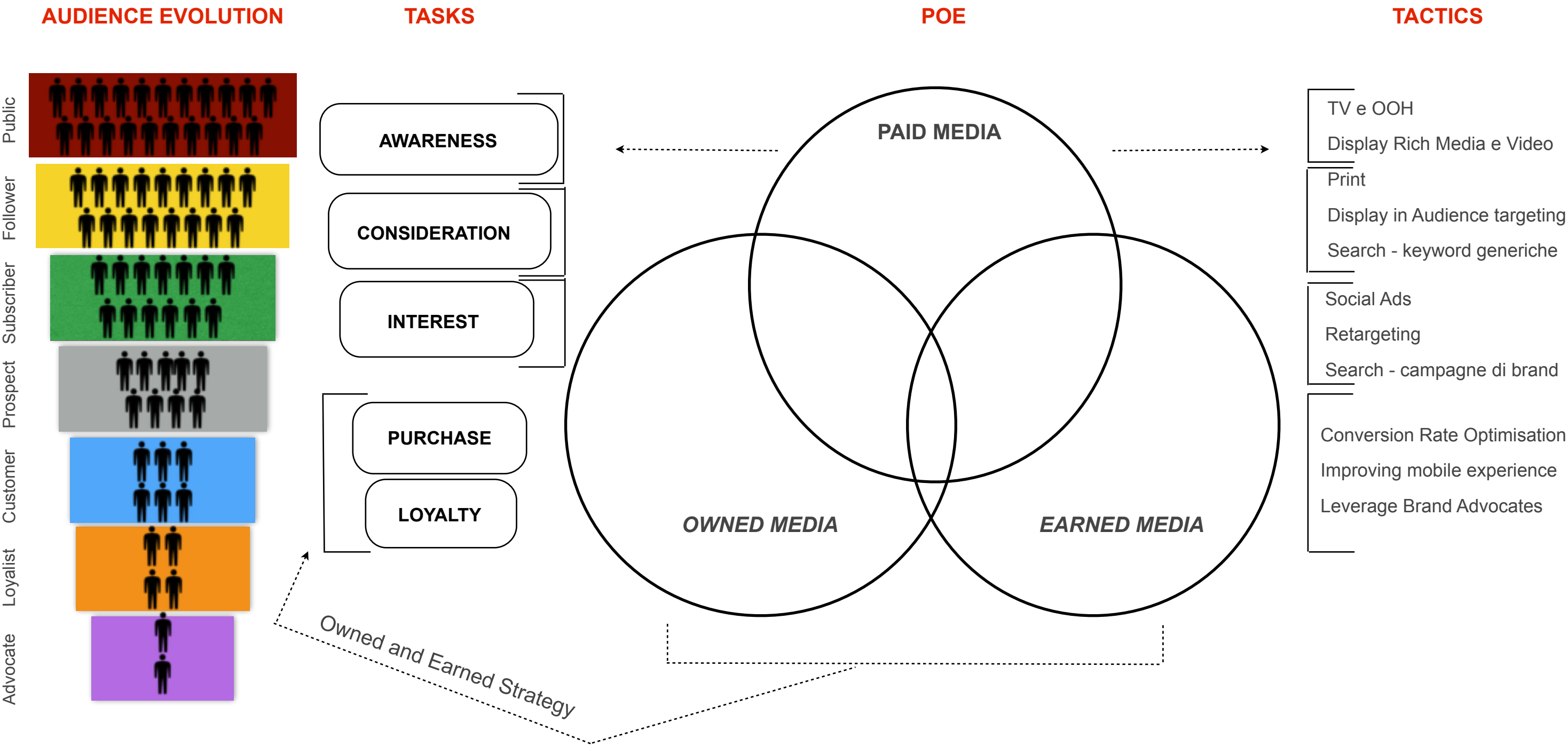
#Gli investimenti non riflettono la fruizione dei mezzi

#Grandi opportunità di innovare l'approccio al media

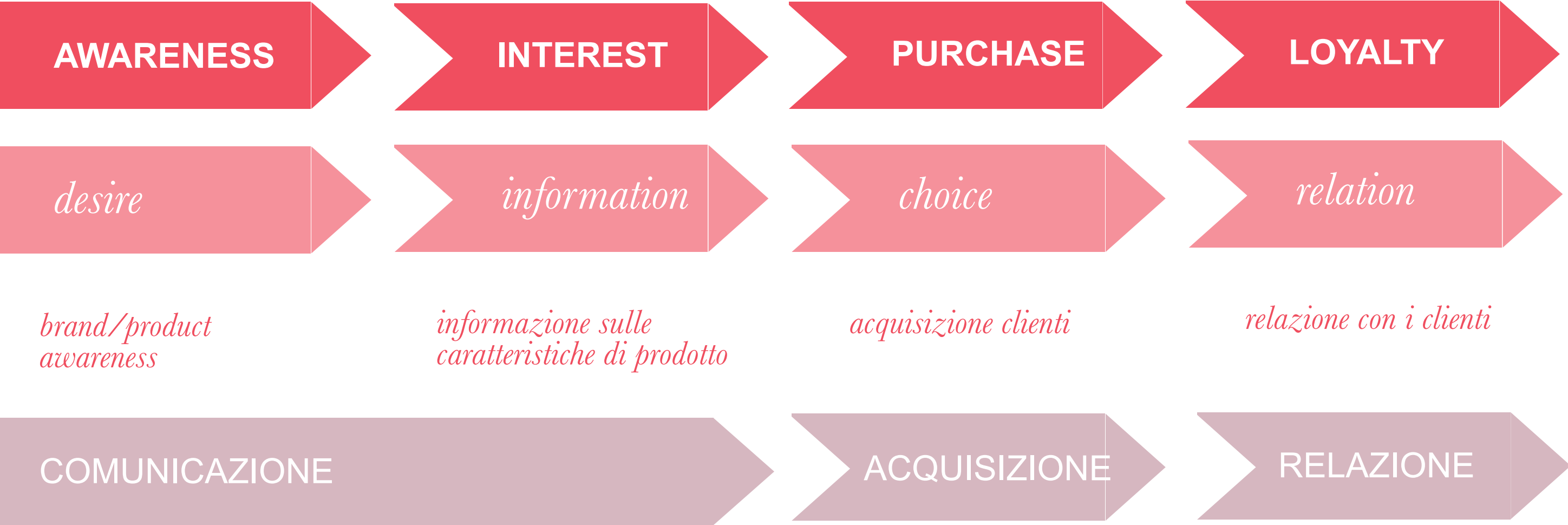
INTRODUZIONE AL DIGITAL MEDIA MARKETING

- ★ II POE
- ★ I canali digital media secondo gli obiettivi di marketing
- ★ La filiera dell'ADV
- ★ Terminologia

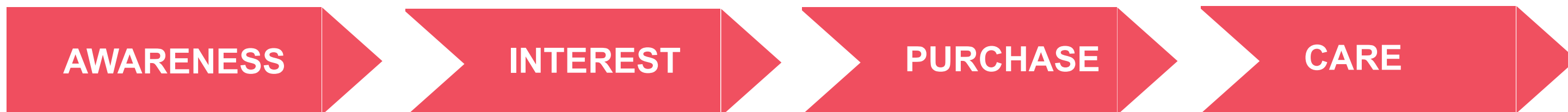
IL POE



GLI OBIETTIVI DI MARKETING



I CANALI MEDIA IN RELAZIONE AGLI OBIETTIVI DI MARKETING



- ✓ É necessario individuare il target e trovare **IL GIUSTO MEDIA MIX PER OGNI FASE**
- ✓ Ci sono strumenti TRASVERSALI: **UTILIZZO DIVERSO PER OBIETTIVI DIVERSI**

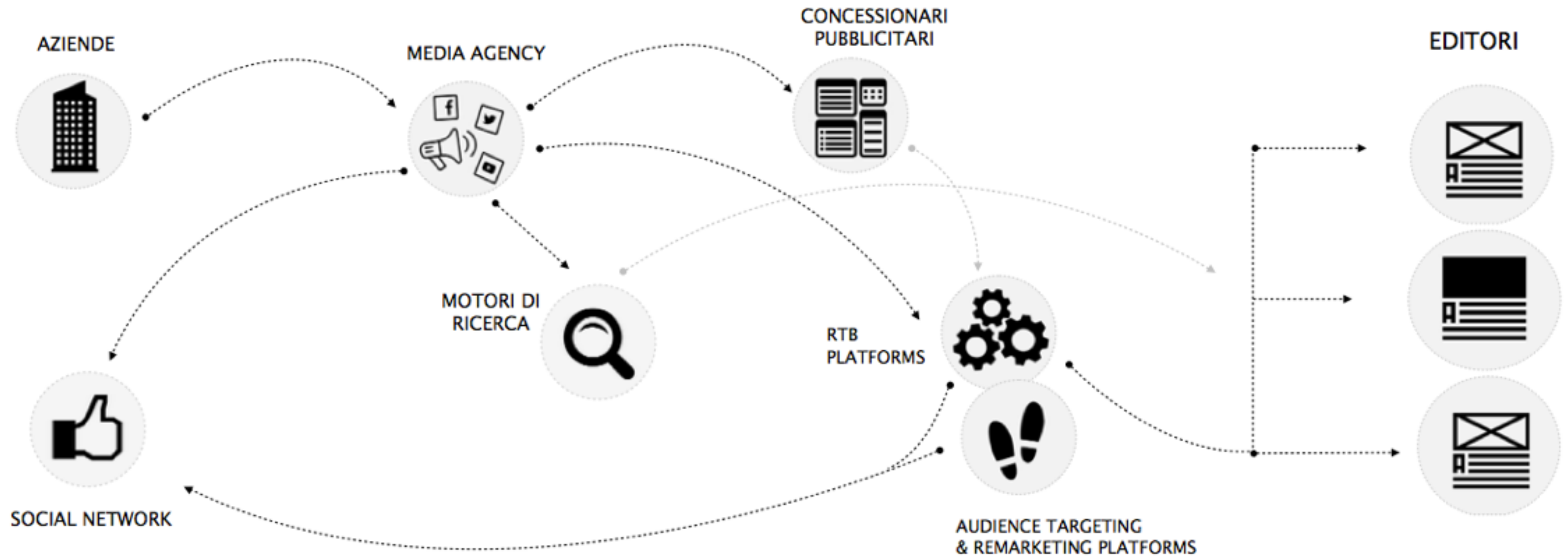
- **DISPLAY ADV**
Video e Rich Media
- **SOCIAL ADV**

- **DISPLAY ADV**
- **SEM**
- **NATIVE ADV**
- **DEM**
- **SOCIAL ADV**

- **DISPLAY ADV**
RTB e Retargeting
- **SEM**
- **AFFILIATION**
- **SOCIAL ADV**

- **DISPLAY ADV**
Retargeting
- **NEWSLETTER**
- **SOCIAL ADV**

LA FILIERA DELL'ADV



TERMINOLOGIA

IMPRESSION: il numero di volte che un annuncio pubblicitario viene visualizzato dagli utenti.

REACH: è la portata di un annuncio o di una campagna, ovvero il numero di utenti unici, di contatti, che l'annuncio ha raggiunto.

FREQUENZA: il numero di volte che un annuncio ha raggiunto lo stesso utente nel corso della stessa campagna o dello stesso giorno.

TERMINOLOGIA

CTR – Click Through Rate: il rapporto percentuale fra i click e le impression. È indicativo dell'interesse suscitato dall'annuncio: più il CTR è alto più alto è il numero percentuale di persone esposte all'annuncio che hanno interagito con esso.

CPC – Cost Per Click: è il costo pagato per ogni click ricevuto. Alcuni strumenti permettono l'acquisto degli spazi a CPC (non si paga la visibilità, si paga solo se l'utente clicca sull'annuncio), alcuni a CPC fisso concordato, per altri invece è possibile fare un'Offerta di CPC e competere in un'asta con gli altri advertiser per dare visibilità al proprio annuncio.

CPM – Costo Per Mille impression: è la modalità di vendita generalmente usata dalle concessionarie di pubblicità per gli spazi tabellari standard o rich media presenti sui siti degli editori. Il costo può variare in funzione del posizionamento del banner all'interno del sito, del prestigio dell'editore, della tipologia di banner (i reach media e i video banner hanno costi superiori rispetto alla tabellare standard).

TERMINOLOGIA

CR – Conversion Rate: il rapporto percentuale fra le conversioni (iscrizioni, transazioni...) e i click. È indicativo del successo dell'annuncio/strumento nel perseguire l'obiettivo di campagna: più il CR è alto più alto è il numero percentuale di persone che hanno cliccato sull'annuncio che successivamente hanno convertito.

ER – Engagement Rate: questo è un KPI utilizzato in ambito social per indicare il rapporto fra le interazioni ricevute e i fan della pagina. Un ER alto significa un buon tasso di interazione per la pagina/profilo social. L'engagement rate misura quanto i fan interagiscono con i contenuti della pagina e possono interagire principalmente in tre modi: like, commenti e condivisioni. Formula: $\text{totale interazioni (like, commenti, share)} / \text{fanbase} \times 100$

CPV – Cost Per View: è un indicatore utilizzato nelle campagne video per calcolare il costo della visualizzazione. Generalmente si considera un view una visualizzazione video della durata superiore a 5". Se la visualizzazione è fino alla fine si parla di Completed View.



APPROFONDIMENTO SUI PRINCIPALI CANALI MEDIA

- ★ Display Adv
- ★ Facebook Adv
- ★ SEM
- ★ Native Adv



DISPLAY ADV

COS'É LA DISPLAY ADVERTISING?

E' un tipo di advertising **tabellare** che ha come obiettivo primario **l'incremento della conoscenza e della riconoscibilità di un brand, prodotto o servizio.**

- ◉ **MODELLO PUSH:** anticipa il bisogno dei clienti creando/mantenendo un rapporto con il brand
- ◉ **FORMATI:** Banner IAB Standard + Formati Speciali + Formati Video
- ◉ **MODALITÀ DI ACQUISTO:** principalmente **CPM**, ma anche CPC e CPV
- ◉ **UTILIZZI:** ci sono diversi utilizzi in funzione degli obiettivi di marketing che dettano la selezione dei formati e la tipologia di targeting

TARGETING

Contextual
Advertising

Audience
Targeting

Retargeting

FORMATI

Rich Media

Standard
Banner

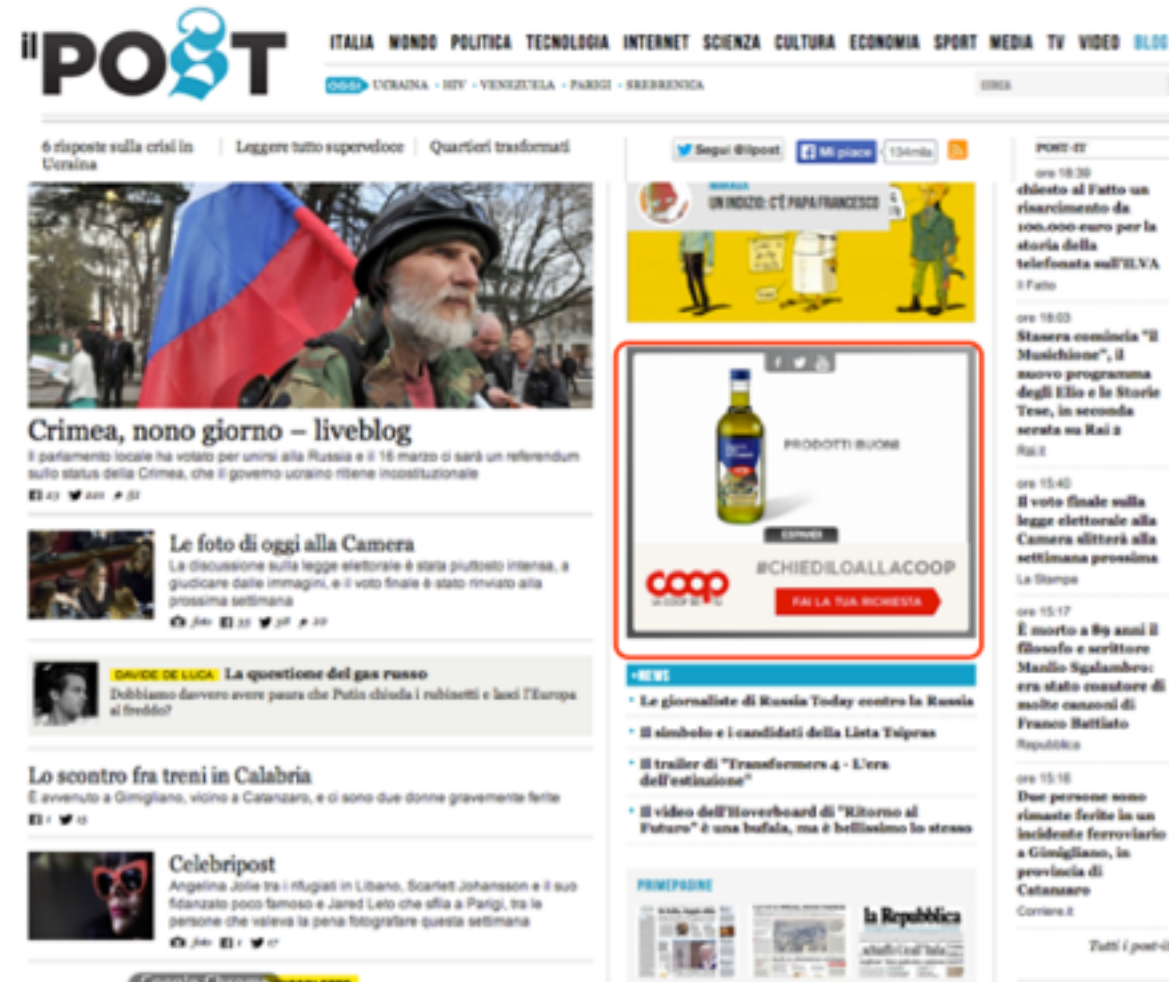
Video Ads

I FORMATI DI DISPLAY ADV - RICH MEDIA

The screenshot shows the homepage of la Repubblica.it with several rich media elements highlighted by red boxes:

- Top Banner:** A large banner at the top featuring the 'TEX' logo and the headline 'LA LEGGENDA È TORNATA'.
- Navigation Bar:** A horizontal bar containing links to 'NETWORK', 'L'Espresso', 'LE INCHIESTE', the date '06 marzo 2014 - Aggiornato alle 18.29', and links for 'LAVORO', 'ANNUNCI', 'ASTE', and 'Accedi'.
- Left Sidebar:** A vertical sidebar on the left featuring a large illustration of a cowboy on a horse.
- Central Content Area:**
 - Logo and Tagline:** The 'la Repubblica.it' logo with the tagline 'Il mondo in diretta' and '24 ore su 24'.
 - City Navigation:** A row of buttons for various Italian cities: BARI, BOLOGNA, FIRENZE, GENOVA, MILANO, NAPOLI, PALERMO, PARMA, ROMA, TORINO.
 - Search and Weather:** A search bar labeled 'Cerca nel sito' and a weather widget labeled 'METEO'.
 - Section Navigation:** A row of buttons for different news sections: Home, Politica, Economia, Sport, Spettacoli, Tecnologia, Motori, and 'Tutte le sezioni' with a dropdown arrow.
 - Topic Navigation:** A row of buttons for specific topics: Ucraina, Papa Francesco, Governo Renzi, Legge elettorale, and Montepaschi.
 - Social Media:** Links to 'Repubblica su' various platforms and social media icons for Facebook, Twitter, and Google+.
- Right Sidebar:** A vertical sidebar on the right featuring a large illustration of a cowboy on a horse and the text 'IN EDICOLA IL 1° VOLUME la Repubblica L'Espresso'.
- Main Content Area:**
 - Article 1:** A large article titled 'Scontro tra treni in Calabria foto gravi due donne' with a sub-headline '80 feriti, in quel tratto solo un binario' and a location 'Vicino a Catanzaro mappa'. It includes a photo of a train accident and a 'Libia, Saadi Gheddafi' link.
 - Article 2:** A smaller article titled 'Anche Linux è donna Foto le ragazze del software libero' with a sub-headline 'Parla l'italiana Elena Zannoni, tra le 9 scelte da Business Insider' and a byline 'di ROSITA RIJTANO'.

I FORMATI DI DISPLAY ADV - VIDEO AD ESPANDIBILE



I FORMATI DI DISPLAY ADV - YOUTUBE

The screenshot shows a YouTube interface with a video player and a list of recommended videos. The video player displays a DP/30 advertisement for Paolo Sorrentino's film 'The Great Beauty'. The ad features a close-up of a woman's face with the text 'Il tuo sguardo si posa sulle labbra' and a 'Salta annuncio' button. The video player shows a progress bar at 0:00 / 18:37 and a 'Pubblicità 0:24' label. Below the video player, the video title 'DP/30: Paolo Sorrentino & The Great Beauty' is displayed, along with the DP/30 logo, a subscriber count of 33,172, and a like count of 7,661. The video was published on 13/gen/2014. The recommended videos on the right include 'Che tempo che fa - Toni Servillo', 'DP/30: Pharrell Williams on his music for Despicable Me 2', 'DP/30: Bradley Cooper does the American Hustle', 'DP/30: Bob Nelson wrote Nebraska', 'DP/30: Bruce Dern, Nebraska', 'THE GREAT BEAUTY | Indie Movies 2 Watch', and 'Academy Conversations: "The Great Beauty"'.

YouTube IT

Carica

Elisa Fugazzola

Il tuo sguardo si posa sulle labbra

Salta annuncio ►

Pubblicità 0:24

0:00 / 18:37

DP/30: Paolo Sorrentino & The Great Beauty

DP/30 · 1.155 video

7.661

33.172

Mi piace

Informazioni

Condividi

Aggiungi a

Pubblicato in data 13/gen/2014

Paolo Sorrentino made a splash in the United States with Il Divo in 2008. Starring Toni Servillo, the film had the unique honor of being

Che tempo che fa - Toni Servillo - 02/03/2013

di rai

104.569

IN PRIMO PIANO

DP/30: Pharrell Williams on his music for Despicable Me 2

di DP/30

16.939 visualizzazioni

DP/30: Bradley Cooper does the American Hustle

di DP/30

15.249 visualizzazioni

DP/30: Bob Nelson wrote Nebraska

di DP/30

814 visualizzazioni

DP/30: Bruce Dern, Nebraska

di DP/30

8.328 visualizzazioni

THE GREAT BEAUTY | Indie Movies 2 Watch

di IndieMovies2Watch

10.449 visualizzazioni

Academy Conversations: "The Great Beauty"

IL TARGETING NELLA DISPLAY ADV - ESEMPIO DI AUDIENCE

www.google.it/settings/ads

Impostazioni annunci

Impostazioni per Annunci Google

Gli annunci consentono di offrire servizi web e contenuti gratuiti. Queste impostazioni contribuiscono a stabilire i tipi di annunci che visualizzi.

Annunci su Google

Ricerca

Gmail

YouTube

Maps

Annunci Google sul Web

Annunci Google sul Web

Sesso	Donna Visita il tuo profilo Google	Donna ? In base al tuo profilo Google	Interesse
Età	25-34 Visita il tuo profilo Google	25-34 ? In base al tuo profilo Google	Auto e veicoli
Lingue	N/D	Nessuna Modifica In base ai siti web visitati	Computer ed elettronica
Interessi	Alimenti e bevande e altri 42 Modifica Dalle tue ricerche passate	Auto e veicoli e altri 8 Modifica In base ai siti web visitati	Dispositivi di input
			Freeware e shareware
			Musica dance ed elettronica
			Musica e audio
			Musica rock
			Notizie
			Sistemi operativi
			Software multimediale
			Sport

IL TARGETING NELLA DISPLAY ADV - AUDIENCE TARGETING

Campagna: **Sky**

Obiettivo della comunicazione: **raggiungere il target interessato alla Champions League**

The screenshot shows the Corriere della Sera website. The main headline is "Treni ad alta velocità, Ntv pronta a partire Il 13 dicembre il debutto di «Italo»". Below the headline is a sub-headline: "L'ad Sciarrone: il debutto subito dopo le festività. La proposta: «Legare i pedaggi al traffico»". To the left of the article is a small image of Giuseppe Sciarrone. To the right is a large advertisement for Sky Sports HD, featuring a football match and the text "Serie A in HD! Tutta solo su Sky".

TROVACASA.IT TROVOLAVORO.IT AUTOMOBILI.COM In Corriere.it LOGIN REGISTRATI

CORRIERE DELLA SERA *it* Cronache

Home Opinioni CorriereTV Economia Salute Ambiente Scienze Sport Motori Viaggi Scuola 27ora La tua città Cucina Giochi Libri Annunci Oroscopo

CRONACHE POLITICA ESTERI CULTURA 1 5 0 SPETTACOLI CINEMA E TV CASA ANIMALI MILANO ROMA BRESCIA ENGLISH 中文版本 DIGITAL EDITION STORE

» Corriere della Sera » Cronache » Treni ad alta velocità, Ntv pronta a partire Il 13 dicembre il debutto di «Italo»

Share 30 Tweet 11 Consiglia 97 6 COMMENTI

VERRÀ PRESENTATO ANCHE PROGETTO INDUSTRIALE

Treni ad alta velocità, Ntv pronta a partire Il 13 dicembre il debutto di «Italo»

L'ad Sciarrone: il debutto subito dopo le festività. La proposta: «Legare i pedaggi al traffico»

MILANO - Ntv, la nuova società di trasporto ferroviario, è pronta a partire con i suoi treni sulle tratta ad Alta velocità e conta di iniziare il servizio all'inizio del nuovo anno, dopo le festività natalizie. Lo ha detto l'amministratore delegato, Giuseppe Sciarrone, in una conferenza stampa per la presentazione del secondo quaderno dell'Ufficio studi della società, «Il pedaggio delle reti ferroviarie in Europa». L'omologazione dei treni di Ntv, ha spiegato Sciarrone, è in fase finale: «Le prove termineranno entro il 10 novembre - ha detto l'ad - I risultati delle prove sono andati bene», ha aggiunto, spiegando che ora, tali

sky SPORT HD Serie A in HD! Tutta solo su Sky

Le inchieste di Milena Gabanelli e della sua squadra. SU CORRIERE TV



TARGET SELEZIONATO

Sesso: **M**

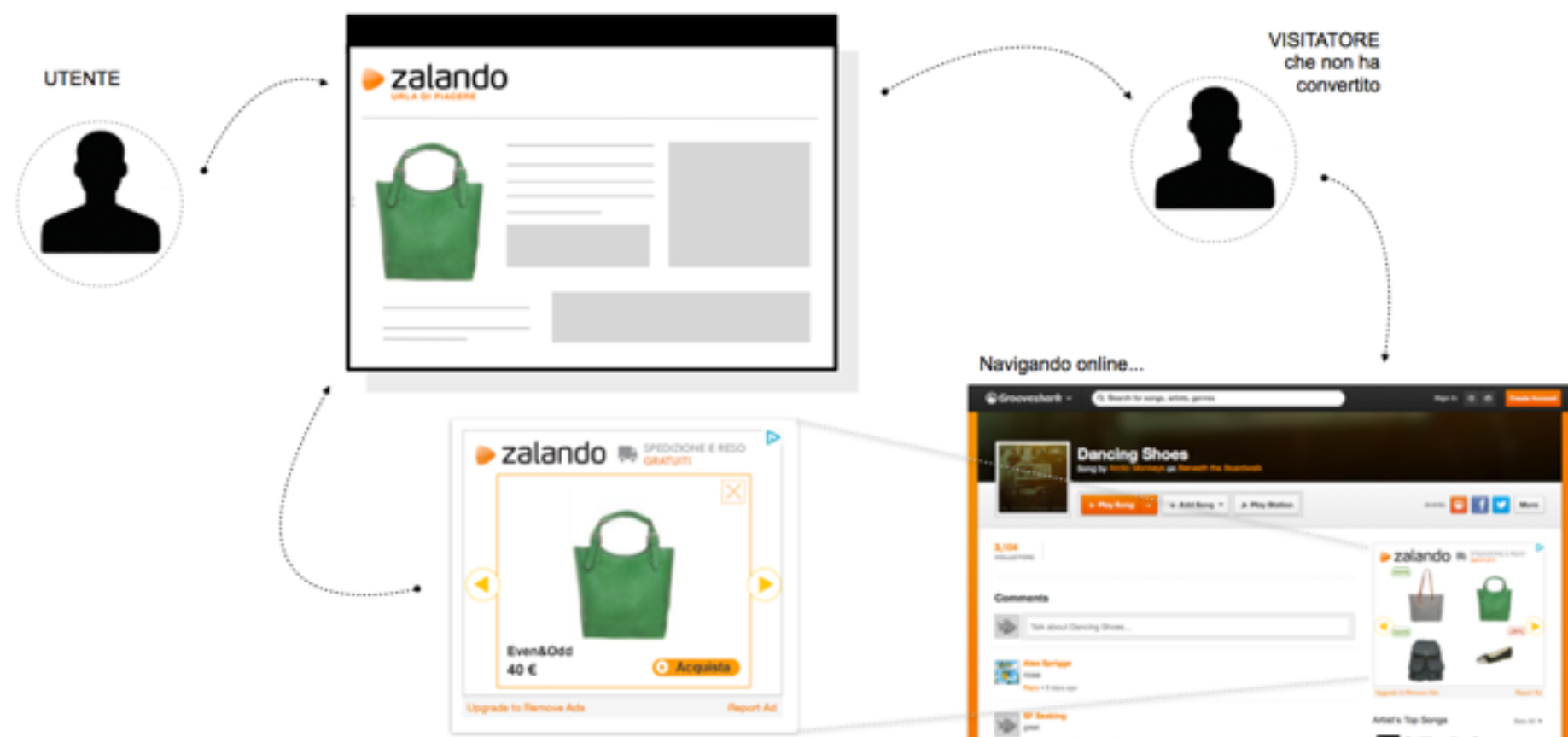
Età: **25-64**

Area Geografica: **Italia**

Interessi: **Calcio**

IL TARGETING NELLA DISPLAY ADV - RETARGETING SUL WEB



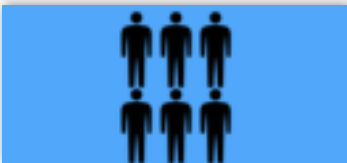

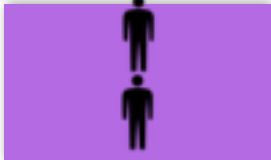
Il retargeting è un sistema di pianificazione di advertising online che consente di raggiungere gli utenti che hanno precedentemente visitato il tuo sito mentre, successivamente, navigano altri siti. Quelle di retargeting, sono campagne display che aumentano considerevolmente il ritorno sull'investimento puntando su utenti che visitando il sito avevano, per esempio, iniziato il percorso di conversione senza concluderlo.



IL TARGETING NELLA DISPLAY ADV - RETARGETING SU FACEBOOK



QUANDO SI USA LA DISPLAY ADVERTISING?

AUDIENCE EVOLUTION		TASKS	MARKETING GOALS	FORMATS	BUYING MODEL	TARGETING
Public		AWARENESS	Awareness	Standard banner, Rich Media, Video Ads	CPM, CPC	Contextual, Audience, Remarketing
		CONSIDERATION	Website Traffic User re-engagement	Standard banner, Video Ad	CPC	Contextual, Audience, Remarketing
		INTEREST				
Prospect		PURCHASE	Conversion	Standard banner	CPC	Audience, Remarketing
Customer		LOYALTY	Cross/Up-Selling			
Loyalist						
Advocate						



SEARCH ENGINE MARKETING - SEM

COS'É IL SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)?

E' l'insieme di attività paid (SEA) e organiche (SEO) che ha come obiettivo primario **l'incremento della visibilità di un brand e dei suoi prodotti sui motori di ricerca.**

- **MODELLO PUII:** risponde al bisogno dei clienti che cercano informazioni e/o prodotti specifici
- **FORMATI:** Annunci sponsorizzati (testo e/o immagini) per il SEA; posizionamento organico nei motori di ricerca per il SEO
- **MODALITÀ DI ACQUISTO:** CPC per il SEA, costo di un SEO specialist
- **UTILIZZI:** il SEM occupa un ruolo fondamentale nella strategia digital di qualsiasi industry ma in particolare per quelle che rispondono ad un'esigenza immediata dell'utente (es. voli aerei, hotel, e-commerce, etc.)

SEA VS SEO

Google

nike air jordan

Web

Immagini

Shopping

Video

Notizie

Altro

Strumenti di ricerca

Circa 40.700.000 risultati (0,37 secondi)

Nike Air Jordan - yousporty.com

Ann. www.yousporty.com/nike_jordan

La Nuova Collezione Nike Jordan! Spedizione Gratuita. Shop Now

Scarpe Jordan - Nike.com

Ann. www.nike.com/Jordan

Compra le Ultime Scarpe Jordan Online su Nike.com

Consegna gratis sopra 50€ · Pagamento Sicuro · Resi Gratuiti e veloci

Nike ha 3.519.545 follower su Google+

Collezione Jordan - Nuovi arrivi - Collezione Jordan Retro - Crea Scarpe Jordan

Via Geminiano Montanari s.n.c. Unit 41/41 Market Central Da Vinci, Rome

Scarpe Jordan: Spizike, Air Jordan, Retro, Son of Mars. Nike ...

store.nike.com/it/it_it/pw/jordan-scarpe/brkZc8d

Cerca le scarpe Nike Jordan su Nike.com. Vola alto con i modelli Spizike, Air Jordan, Retro, Son of Mars e molto altro. Acquista le scarpe Air Jordan online >

Air Jordan Retro. Nike Store IT.

store.nike.com/it/it_it/pw/air-jordan-retro/cau

Scopri Air Jordan Retro su Nike.com. Scopri un'ampia gamma di modelli e acquista online >

Scarpa da Basket Air Jordan Alpha 1 iD - Uomo. Nike Store IT

store.nike.com/it/it_it/product/air-jordan-alpha-1-id-shoe/

La scarpa da basket Air Jordan Alpha 1 iD ricorda il passato e strizza l'occhio al futuro. Leggera e traspirante, con unità Nike Zoom a tutta lunghezza e inserti ...

Risultati di Google Shopping per nike air jordan

Sponsorizzati

nike air jordan 1 mid bambino

64,80 €

SportShock

Nike Air Jordan 1 Retro

120,00 €

AW LAB

nike air jordan 1 mid bambino

64,80 €

SportShock

Nike Air Jordan 1 Retro

987,76 €

BasketZone.n...

nike air jordan 1 mid

88,80 €

SportShock

Nike - Air Jordan 1 Mid -

103,49 €

ASOS.com

Jordan Air Jordan 1 Mid -

109,95 €

sneakAvenue...

Nike Jordan - 1 - Scarpe da

119,99 €

ASOS.com

SEA

SEO

© H-ART 2015 | All Rights Reserved | H-ART is a WPP Company

UN'ACCOUNT SEA VISTO DA DIETRO LE QUINTE

Google AdWords

Home pageCampagneOpportunitàStrumenti

ID gestore:

rgrannonio@h-art.com

>> Tutte le campagne online

Personalizzata: 01/gen/2015 - 28/feb

CampagneGruppi di annunciImpostazioniAnnunciParole chiaveSegmenti di pubblicoEstensioni annuncioTarget automaticiDimensioniRete Display

Tutte le campagne attivateSegmentaFiltraColonne

Trova campagne

Visualizza la cronologia delle modifiche

+ CAMPAGNA

Modifica

Dettagli

Strategia di offerta





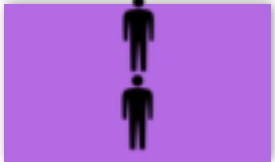
Automatizza

Etichette

		Campagna	Budget ?	Stato ?	Impr. ?	Clic ?	CTR ?	CPC medio ?	Costo ?	Clic ↓ convertiti ?	Indice di conversione dei clic ?	Posiz. media ?	Costo/clic convertito ?	Valore conv. totali ?	Valore conv./costo ?	Frequenza di rimbalzo ?
		Totale - tutte le campagne	750,00 €/giorno		2.835.859	158.864	5,60%	0,17 €	27.009,03 €	1.410	0,89%	1,7	19,16 €	98.756,1	3,7	40,24%
		🔍 BRAND	150,00 €/giorno	Idonea 🟡	200.665	66.807	33,29%	0,07 €	4.434,42 €	901	1,35%	1,0	4,92 €	63.632,2	14,3	21,56%
		🛒 [Shopping]	150,00 €/giorno	Limitata dal budget ?	1.336.581	40.645	3,04%	0,26 €	10.565,63 €	316	0,78%	0,0	33,44 €	22.962,4	2,2	63,23%
		🔍 [Dynamic Ads]	50,00 €/giorno	Limitata dal budget ?	540.717	22.548	4,17%	0,20 €	4.484,57 €	112	0,50%	3,5	40,04 €	7.721,0	1,7	48,43%
		🔍 [Scarpe] - NIKE - GENERICHE	25,00 €/giorno	Idonea 🟡	119.759	5.525	4,61%	0,21 €	1.160,07 €	13	0,24%	3,5	89,24 €	848,0	0,7	58,75%
		🔍 [Scarpe] - ADIDAS - GENERICHE	15,00 €/giorno	Idonea 🟡	64.777	2.798	4,32%	0,21 €	578,01 €	11	0,39%	3,5	52,55 €	605,0	1,0	54,21%
		🔍 [Scarpe] - DRUNKNMUNKY	20,00 €/giorno	Idonea 🟡	16.009	660	4,12%	0,23 €	152,25 €	10	1,52%	2,9	15,22 €	582,9	3,8	39,22%

© H-ART 2015 | All Rights Reserved | H-ART is a WPP Company

QUANDO SI USA IL SEA

AUDIENCE EVOLUTION		TASKS	MARKETING GOALS	FORMATS	BUYING MODEL	KEYWORD TYPE
Public		AWARENESS	Awareness	Text and Image Ads	CPC	Generic Keyword (es. best menswear online shop)
		CONSIDERATION	Website Traffic User re-engagement	Text and Image Ads	CPC	Generic Keyword (es. Gucci black stilettos 2015)
		INTEREST				
Prospect		PURCHASE	Conversion	Text and Image Ads	CPC	Brand Keyword (es. Luisa Via Roma)
Customer		LOYALTY				
Loyalist						
Advocate						



FACEBOOK ADV

COS'É FACEBOOK ADVERTISING?

E' l'advertising nativo di Facebook, pianificabile con diversi obiettivi: principalmente **awareness** e **diffusione dei contenuti social** prodotti dal brand, ma anche **acquisizione di nuovi clienti** (lead generation o e-commerce) e **traffico al sito**

- ◉ **MODELLO PUSH:** anticipa il bisogno dei clienti creando/mantenendo un rapporto con il brand
- ◉ **FORMATI:** Standard Ads + Sponsored Post + Formati Premium
- ◉ **MODALITÀ DI ACQUISTO:** **CPC/CPM** per formati basic, **CPM** per premium.
- ◉ **UTILIZZI:** Facebook può essere utilizzato sia per due macro obiettivi: supportare la parte di comunicazione editoriale della pagina (promozione post e acquisizione fan) e/o portare traffico ad un sito esterno (lead acquisition, e-commerce, traffico qualificato)

IL TARGETING ALL'INTERNO DI FACEBOOK

Il grande vantaggio di Facebook è la possibilità di targettizzare le campagne su **informazioni fornite direttamente dall'utente** nel suo profilo o in base alle sue interessi (likes).

Pubblico personalizzato ⓘ

Scegli un pubblico personalizzato

[Crea un nuovo pubblico personalizzato...](#)

Luoghi ⓘ

Italia

Tutta la categoria Italia

Aggiungi un Paese, una regione/provincia, una città o un CAP

Età ⓘ

18 ▼ - 50 ▼

Sesso ⓘ

Tutti Uomini **Donne**

Lingue ⓘ

Inserisci una lingua...

Altri dati demografici ▼

Interessi ⓘ

Intrattenimento > Film

Film horror 117.304.900 persone

Cerca interessi | **Suggerimenti** | Sfoglia

Definizione del pubblico

Il tuo pubblico è stato definito.

Portata potenziale: 880.000 persone

Dettagli sul pubblico:

- Posizione: Italia
- Età: 18 - 50
- Sesso: donne
- Interessi: Film horror
- Category: broad category All mobile devices

FACEBOOK CUSTOM AUDIENCE



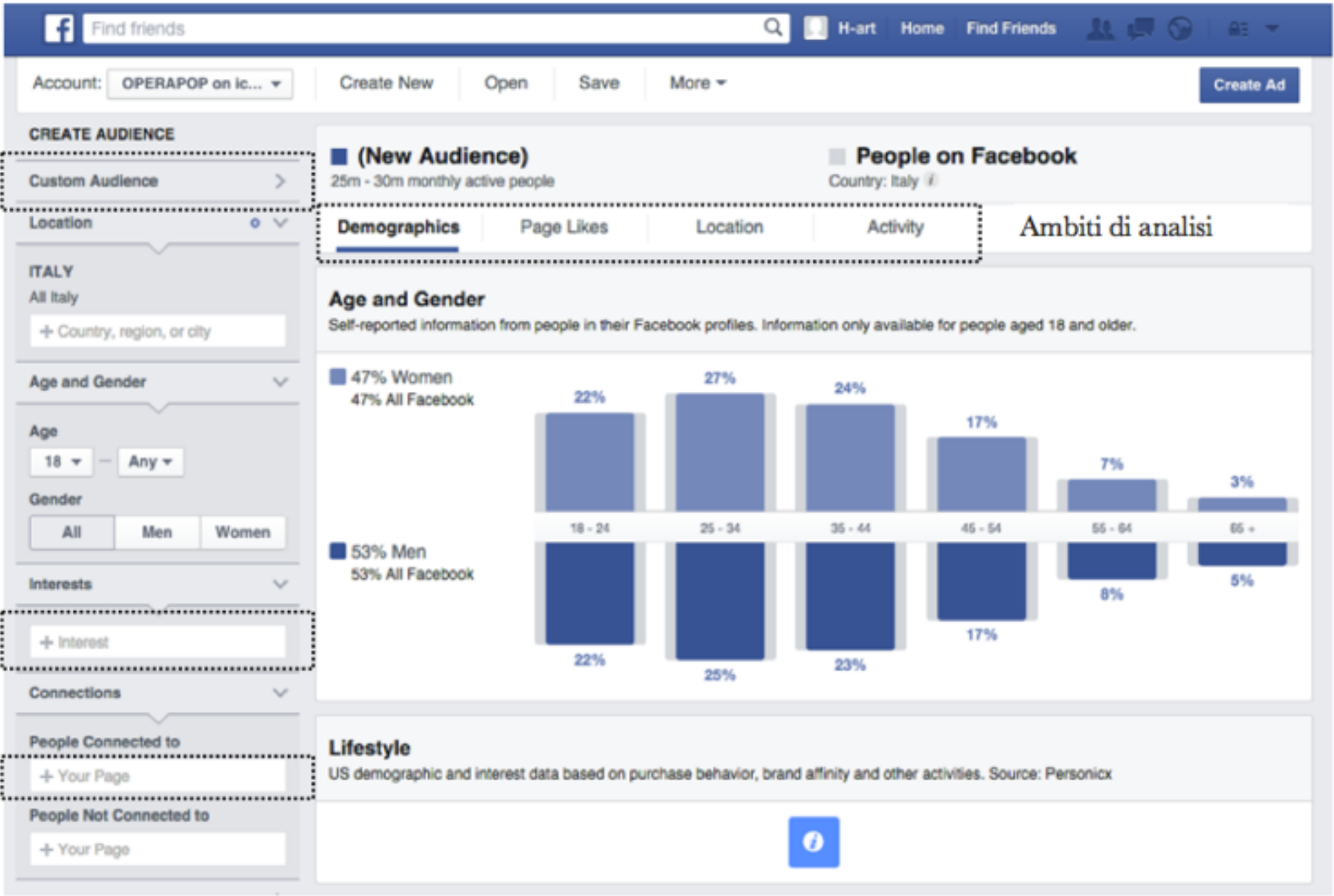
Inserendo nel tool di pianificazione Facebook gli indirizzi email e/o i numeri di telefono dei clienti, viene ricercata una corrispondenza all'interno degli elenchi degli iscritti a Facebook. Se esiste una corrispondenza sarà possibile indirizzare e personalizzare il messaggio verso persone specifiche che in quanto clienti saranno più probabilmente interessati e quindi più sensibili alle comunicazioni.

FACEBOOK AUDIENCE INSIGHT

Da qui selezioniamo il db precedentemente importato

Possibilità di incrociare con interessi specifici

Possibilità di incrociare con la fan page



INDIVIDUARE UN PARCO UTENTI SIMILE AI NOSTRI UTENTI

Gli algoritmi di Facebook analizzano il pubblico personalizzato e producono un altro segmento di pubblico che può avere un profilo simile al cliente in base agli interessi e dati demografici.

Lookalike

I CLIENTI

FACEBOOK

LOOKALIKE

Gli utenti che appaiono simili ai nostri clienti su Facebook.

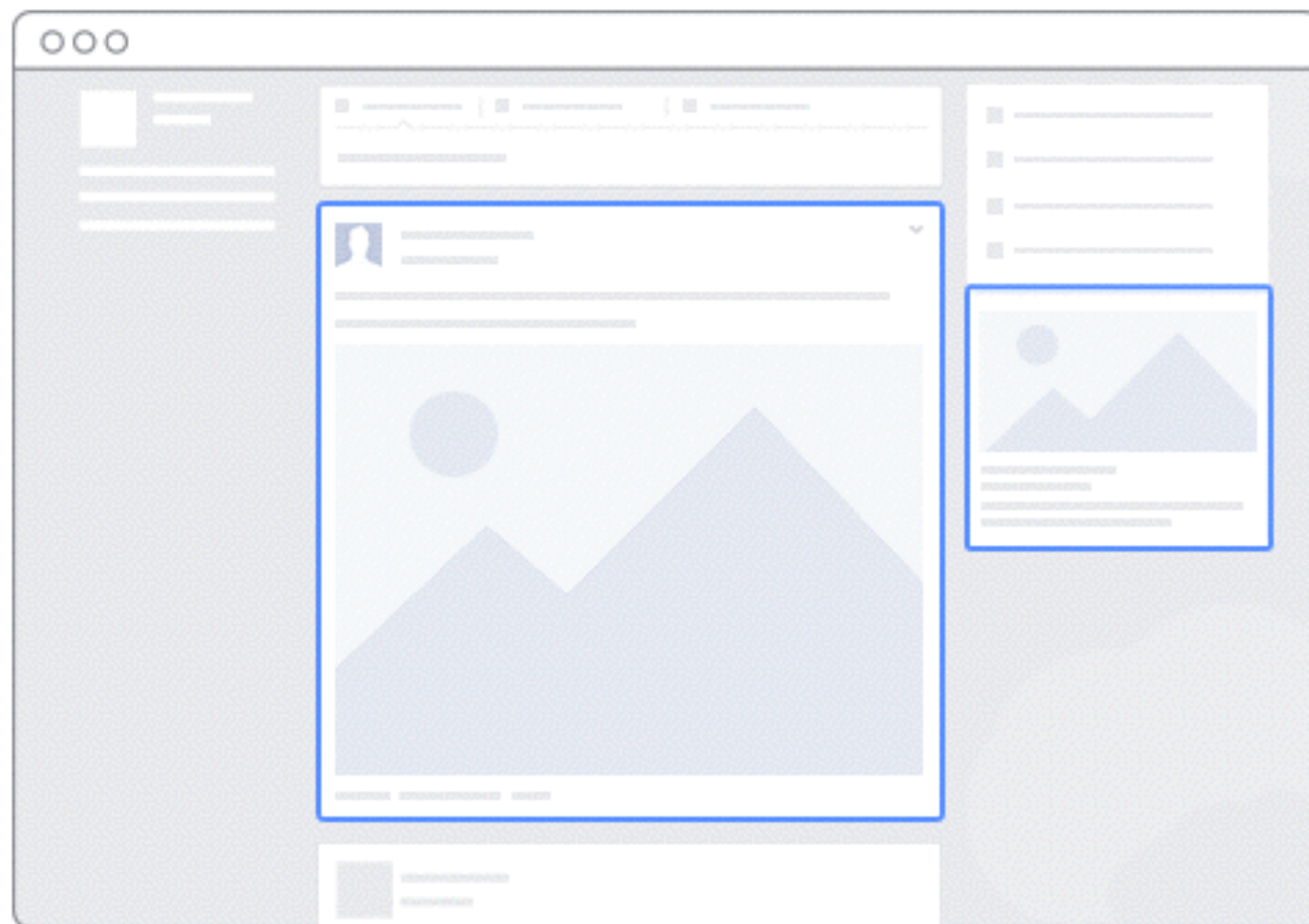
LA GESTIONE DI UNA CAMPAGNA FACEBOOK

La piattaforma Facebook è utilizzabile in modalità self service per i formati basic, in questo modo è possibile avere un **controllo della spesa e dei risultati in tempo reale**.

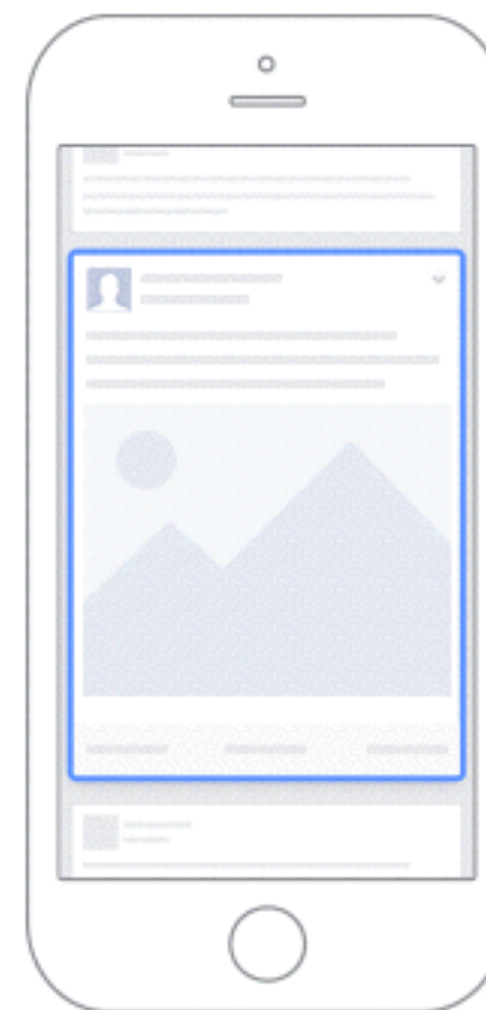
<input type="checkbox"/>	Campagna ?	Attiva	Risultati ?	Costi ?	Portata ?	Data di inizio ?	Data di fine ?	Budget ?
<input type="checkbox"/>	Sinigallia - Standard Ads		Più obiettivi	—	204,690	20/02/2014 11.53	09/03/2014 23.45	€ 475,00 Giornaliere
<input type="checkbox"/>	Gualazzi - Standard Ads	Attiva	1,898 Clic	€ 0,11 Per clic	205,308	19/02/2014 15.19	09/03/2014 23.55	€ 825,00 Giornaliere
<input type="checkbox"/>	Gualazzi - Dark Post III	In pausa	5,533 Interazione con i post	€ 0,28 Per Interazione con un post	404,212	05/03/2014 14.04	09/03/2014 15.05	€ 150,00 Giornaliere
<input type="checkbox"/>	Sinigallia - Dark Post		6,444 Clic sul sito Web	€ 0,20 Per Clic sul sito Web	481,363	20/02/2014 12.46	09/03/2014 16.05	€ 1,700,00 Totale
<input type="checkbox"/>	Gualazzi - Dark Post		6,533 Clic sul sito Web	€ 0,14 Per Clic sul sito Web	438,116	19/02/2014 14.58	09/03/2014 16.05	€ 350,00 Giornaliere

I FORMATI FACEBOOK ADV STANDARD

SEZIONE NOTIZIE COMPUTER E COLONNA DESTRA



SEZIONE NOTIZIE MOBILE



I FORMATI FACEBOOK ADV PREMIUM

facebook

E-mail o telefono

Password

Accedi

Resta collegato

Hai dimenticato la password?

[Registrazione](#) Facebook ti aiuta a connetterti e rimanere in contatto con le persone della tua vita.

Informazioni sulle inserzioni

Chiudi




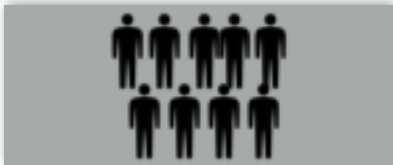





**Das Auto.**

Volkswagen Italia
149.638 "Mi piace" · 7.068 parlano di questo argomento

**Volkswagen Italia**
Guarda il video e scopri Nuova up! 5 porte!
3.617 544 771

QUANDO SI USA FACEBOOK ADV

AUDIENCE EVOLUTION		TASKS	MARKETING GOALS	FORMATS	BUYING MODEL	TARGETING
Public Follower Subscriber		AWARENESS	Awareness	Newsfeed Post	CPC/CPM	Fanbase, non Fan targettizzati secondo gli obiettivi
		CONSIDERATION	Website Traffic User re-engagement	Newsfeed Post, RHS (colonna destra)	CPC	Fanbase, non Fan targettizzati secondo gli obiettivi
		INTEREST				
Prospect		PURCHASE LOYALTY	Conversion	RHS (colonna destra)	CPC	Fanbase, non Fan targettizzati secondo gli obiettivi
Customer						
Loyalist						
Advocate						



THANK YOU

H-ART is a WPP Company
Via Sile 41, 31056 Ca' Tron di Roncade, Italy.
Tel. +39 0422 789.611 - Fax. +39 0422 789.666 - P.IVA 03975650262

WPP is a world leader in advertising and marketing services