

BRANDING

e=volution

L'EVOLUZIONE DELLA PERFORMANCE
TRA DATI E INVENTORY PREMIUM

**Gli ultimi trend di una strategia low funnel
guidata da AI che garantisce
risultati e incrementalità.**

Lucio Mormile

Head of Performance Advertising, Southern - Eastern Europe & MENA

Domenico Nardone

Digital UX & Marketing Manager di EON

IL MERCATO PUBBLICITARIO OGGI E LA NUOVA CONFIGURAZIONE DEI BISOGNI DEL CONSUMATORE

Gli inserzionisti di tutto il mondo hanno sperimentato un periodo di grande incertezza.

E-commerce entro fine 2020



+55%

Nuovi consumatori digitali

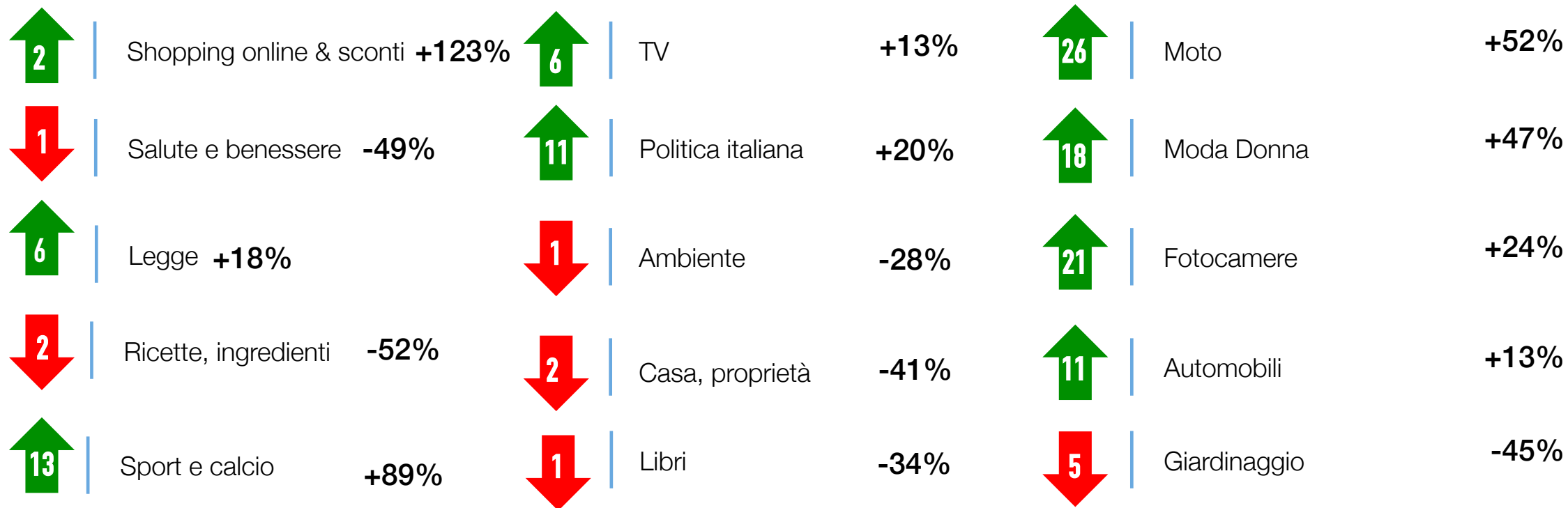


+2 MIO

Source: Poli/Amazon

COSA STANNO LEGGENDO I CONSUMATORI DI OGGI RISPETTO ALLA QUARANTENA?

Il Teads Media Barometer mostra la classifica dei contenuti più letti e rivela lo stato del consumo editoriale in un'ampia varietà di settori

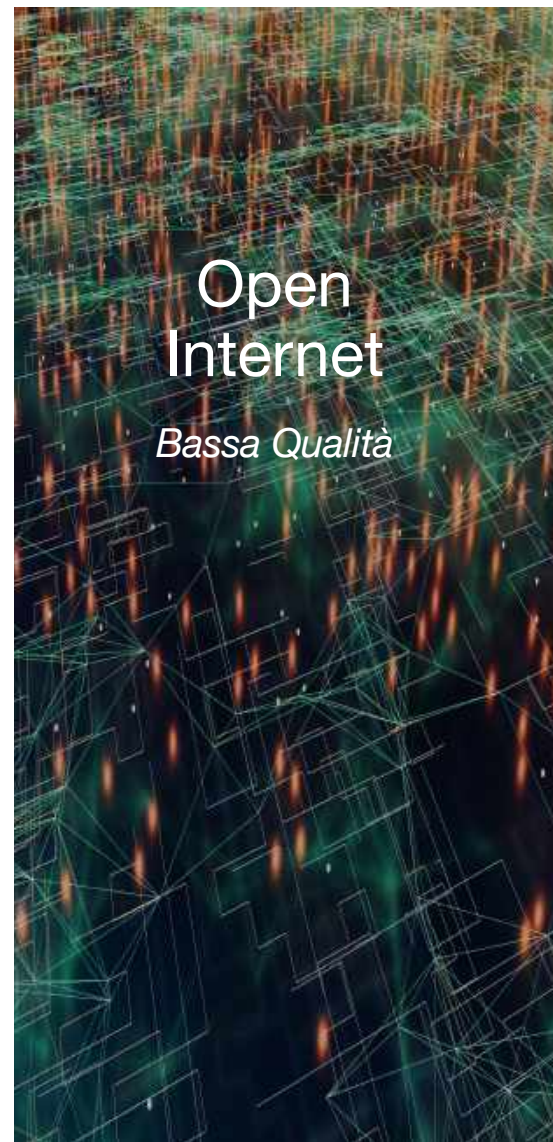


Fonte: Teads Internal Data, Media Barometer. Metodologia: Cambio di ranking tra la settimana del 13 Aprile e quella del 15 Settembre. Cambio di percentuale (%) tra la settimana del 13 Aprile e quella del 15 Settembre



**I BRAND CHE
RICOMINCIANO AD
INVESTIRE, RICHIEDONO
RISULTATI POSITIVI
IMMEDIATI E GARANTITI.**

Scalabilità della
Qualità rimane
una grande
sfida: dove
rintracciare gli
utenti?



Orientare - in maniera olistica - le soluzioni di **MEDIA E TECH**
per rispondere agli **obiettivi marketing** lungo tutto il funnel



GENERARE BRAND E PRODUCT AWARENESS

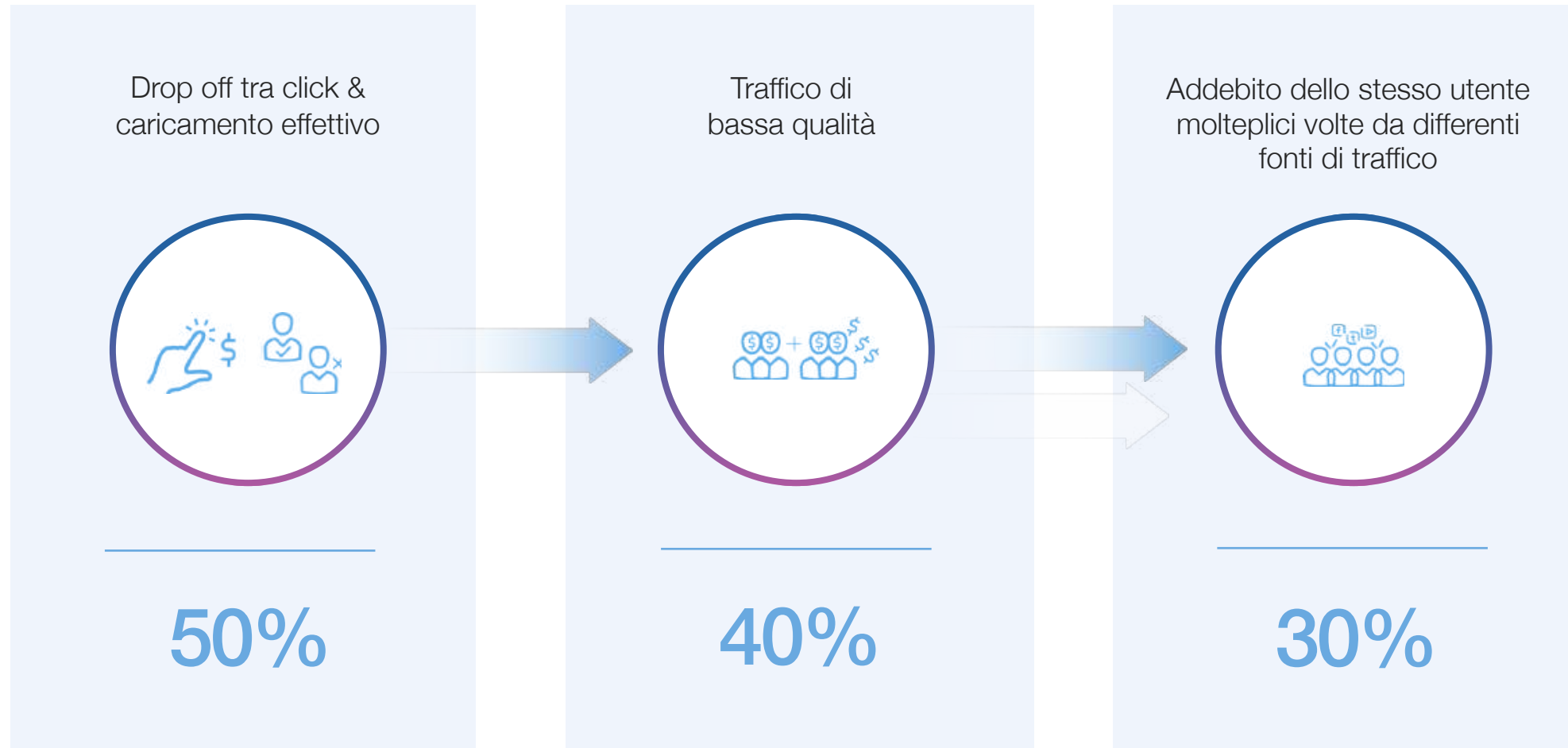


**GUIDARE LA CONSIDERATION ATTRAVERSO
ENGAGEMENT O TRAFFIC ACQUISITION**

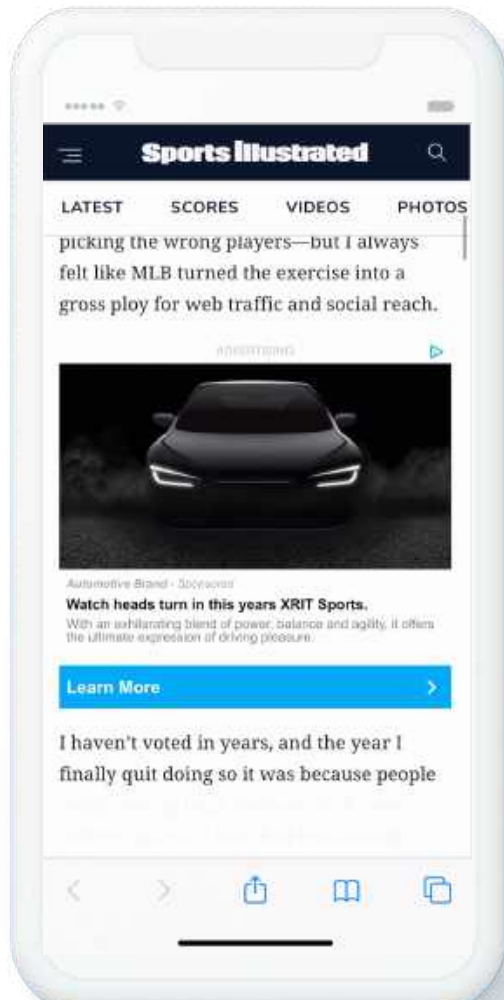


GUIDARE CONVERSION

Performance advertising: le crucialità intrinseche del mercato



COME OTTENERE TRAFFICO QUALIFICATO E VISITATORI INCREMENTALI



1

Formati ad alto impatto all'interno del più efficace ed esclusivo posizionamento di pagina

2

Universal Pixel

3

Modelli d'acquisto a risultati garantiti

4

Avanzati sistemi predittivi di dati e machine learning

5

Trasparenza e massimo controllo della delivery

TRAFFICO INCREMENTALE E NUOVI CLIENTI

La case history di **e-on**

inRead
Single image & Carousel



inRead
Single image & Carousel



inRead
Single image & Carousel



inRead
Single image & Video

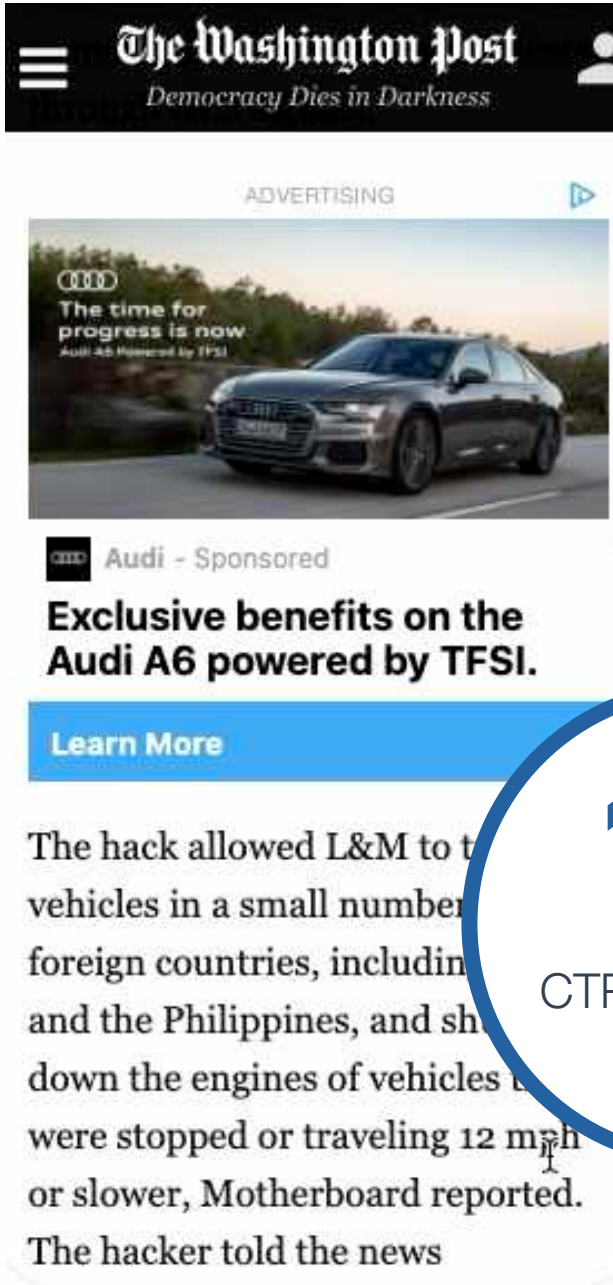


Viewable-by-design, sviluppato per performare

We recommend leveraging 2 set of images, and 2 set of titles as a minimum.


Format:
inRead Single Image

Teads



The Washington Post
Democracy Dies in Darkness

ADVERTISING



Audi - Sponsored

Exclusive benefits on the Audi A6 powered by TFSI.

[Learn More](#)

The hack allowed L&M to t
vehicles in a small number
foreign countries, includin
and the Philippines, and sh
down the engines of vehicles t
were stopped or traveling 12 mph
or slower, Motherboard reported.
The hacker told the news

Display MPU



TIME

look much different from the original Pixel 3 and 3 XL counterparts, save for their plastic construction compared to the previous version's glass and metal build.



PRE-ORDER THE NEW GOOGLE PIXEL 4 and get a HP Chromebook 14. on us until 28th October.

Pre-order now >

Google Pixel 4

the slower processor, lack of wireless and dismissal of any waterproofing in the lower price point. But the 3a much-desired 3.5mm headphone use you wanted to use the you already own for a change.

a and 3a XL are b available

Ezoic Website A.I.
The world's largest artificial intelligence platform for digital publishers. OPEN

10x
CTR vs. Display MPU

inRead
Single image & Carousel



inRead
Single image & Carousel



1

1.2x

VISITATORI UNICI INCREMENTALI
vs. pianificati

7x

CTR
Media su tutti i formati
vs benchmark display standard 0,1%

18%

Risparmio CPV
eCPV vs Max CPV

2

1.6X

VISITATORI UNICI INCREMENTALI
VS. pianificati

7X

CTR
Media su tutti i formati
vs benchmark display standard 0,1%

39%

Risparmio CPV
eCPV vs Max CPV

inRead
Single image & Carousel



inRead
Single image & Video



1 **2.1x**
VISITATORI UNICI INCREMENTALI
vs. pianificati

11x
CTR
Media su tutti i formati
vs benchmark display standard 0,1%

58%
Risparmio CPiV
eCPiV vs Max CPiV

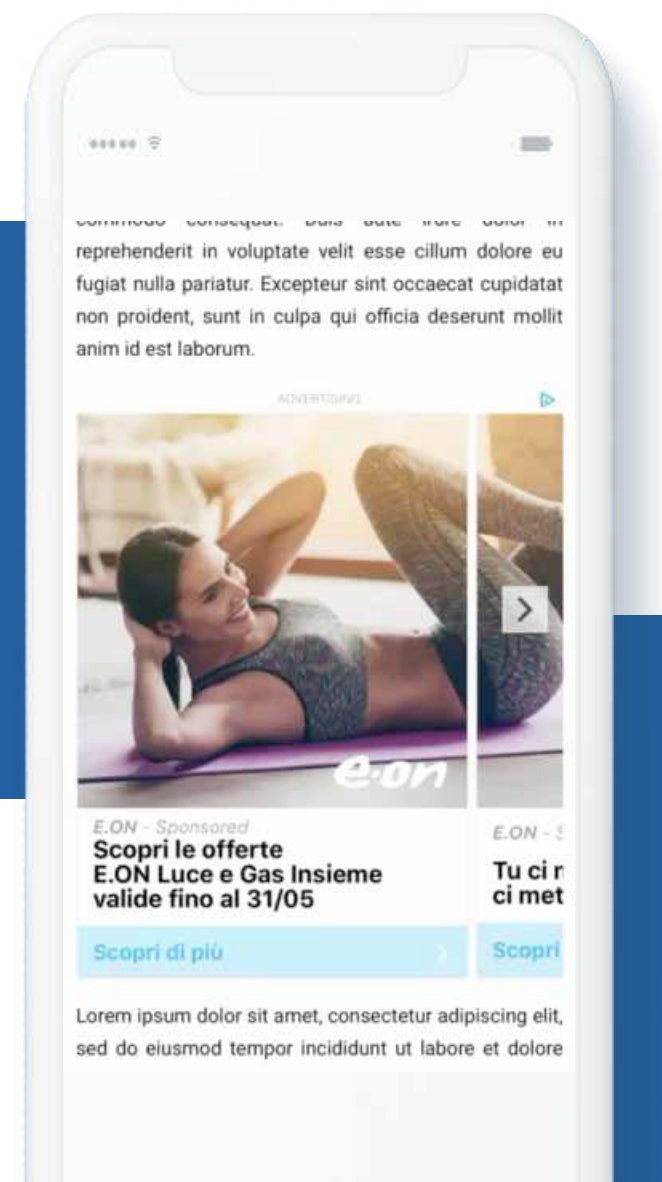
2 **2.5x**
CLICK UNICI AGGIUNTIVI
vs. pianificati

2.7x
CTR
vs benchmark video Teads 0,3%

70%
Risparmio CPC
eCPC vs Max CPC

Conclusioni

- ✓ Posizionamento dell'inRead che garantisce KPI awareness
- ✓ Contenuti editoriali prodotti professionalmente
- ✓ Accesso diretto ed esclusivo ad una inventory premium
- ✓ Risultati garantiti acquistando solo visitatori incrementali
- ✓ Prezzo di acquisto più efficiente grazie al Dynamic Price
- ✓ Supportato da 3rd Party Verification & Brand Safety
- ✓ Strategia a supporto di attività lower funnel



Format:
Single ImageinRead &
Carousel

IAS Integral
Ad Science

DV

MOAT

grapeshot

UPA



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

BRANDING

e=volution

GRAZIE

Lucio Mormile

Head of Performance Advertising, Southern - Eastern Europe & MENA

Domenico Nardone

Digital UX & Marketing Manager di EON

