

ONLINE ADVERTISING

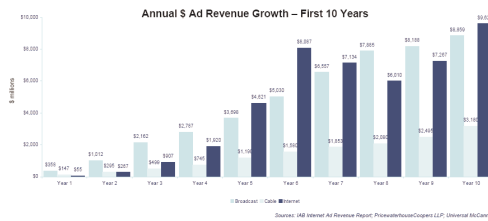
di Marco Rifuggio
per il corso di Semiotica dei nuovi media di
Giovanna Cosenza

CARATTERISTICHE GENERALI DELL'ONLINE ADVERTISING

- Interattività
- Non limitato dal tempo e dallo spazio
- Economicità
- Globalità dell'audience
- Targeted advertising
- Facilità di tracciamento
- Valutazione dei rendimenti in tempo reale

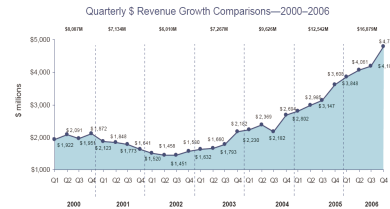
GLI INVESTIMENTI NELLA PUBBLICITA' ONLINE

- I primi 10 anni della pubblicità online



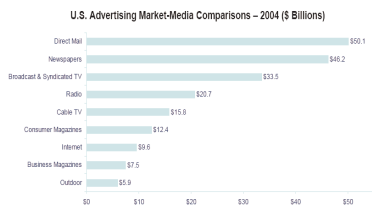
GLI INVESTIMENTI NELLA PUBBLICITA' ONLINE

- I primi 10 anni della pubblicità online



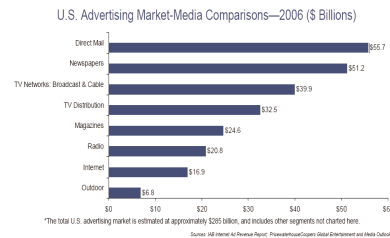
GLI INVESTIMENTI NELLA PUBBLICITA' ONLINE

- Comparazione tra i diversi media pubblicitari



GLI INVESTIMENTI NELLA PUBBLICITA' ONLINE

- Gli investimenti in pubblicità online oggi



MODELLI PUBBLICITARI ONLINE

- Display Advertising
- Sponsorship
- E-mail
- Search
- Lead Generation
- Classifieds e Auction
- Rich Media
- Broadband Video Commercial
- Slotting Fees

Display Advertising

- Banner
- Banner animati
- Banner interattivi in linguaggio Java
- Pop-up
- Interstitial
- Bottoni e Referrals

Sponsorship

- **Spotlights**
 - Pagine costruite appositamente in maniera da incorporare il logo dell'azienda sponsor accanto a una collezione di contenuti attorno ad un tema
- **Advergaming**
 - Acquisto di tutti gli spazi pubblicitari attorno ad un gioco online ad un semplice scritta "sponsorizzato da" con un link accanto al gioco stesso per creare una associazione tra gioco e marca
- **Content and Section Sponsorship**
 - Logo aziendale come sponsorizzazione di una determinata parte di un sito o di parte dei contenuti all'interno delle pagine web
- **Sweepstakes and Contests**
 - Giochi a premi o vere e proprie gare di abilità con giudizio e classifiche

E-mail

- **Newsletter**
 - inviata periodicamente a utenti che hanno deciso di iscriversi ad un gruppo di discussione su di uno specifico argomento
- **Mailing List**
 - molto simile alla newsletter, in cui è accentuata la possibilità interattiva da parte degli utenti, che possono a loro volta inviare messaggi a tutti gli altri iscritti alla Mailing List, rendendo questo strumento simile ad un forum
- **Direct Mail**
 - corrispettivo elettronico della posta commerciale tradizionale. Le e-mail inviate di solito contengono banner, link o altri tipi di pubblicità interattiva, possono essere sia in versione testuale che in versione "rich mail", con animazioni contenute all'interno del messaggio o addirittura piccoli eseguibili che permettono di riprodurre filmati o giochi interattivi

Search

- Paid listings
- Contextual search
- Paid inclusion
- Site optimization

Lead Generation

- l'acquisizione di contatti qualificati, riferimenti di potenziali clienti, da contattare successivamente, via email o telefonicamente, per finalizzare l'acquisto
- Una lista di leads si ottiene di solito riferendosi a persone che hanno già effettuato un'acquisto dello stesso tipo, o attraverso nuovi potenziali clienti acquisiti grazie alla pubblicità o sottoscrizioni volontarie

Classifieds e Auction

- La pubblicità attraverso Classified è una forma pubblicitaria online mutuata da quella tradizionalmente molto affermata soprattutto su giornali, periodici e prodotti editoriali appositamente costruiti per presentare una lista di riferimenti pubblicitari (ad esempio Secondamano o le comunissime Pagine Gialle)
- Una "auction" (asta) è il processo di acquisto e vendita di prodotti attraverso la raccolta di offerte libere di una somma di denaro per l'acquisto del prodotto, e la successiva vendita al miglior offerente.

Rich Media

- Una campagna Rich Media si differenzia dalle tradizionali immagini GIF animate in quanto può incorporare funzionalità multimediali ed interattive che coinvolgono il visitatore in video, giochi, quiz, chats, etc.
- Molto utile per
 - rafforzare l'immagine positiva di un certo brand
 - Persuadere ad un acquisto d'impulso senza che si abbandoni il contesto del sito che si sta navigando

Broadband Video Commercial

- i formati pubblicitari video, la versione per Internet degli annunci pubblicitari televisivi

Slotting Fees

- pagare una quota ai siti che ospitano la propria pubblicità, classifieds o siti web con alto traffico, perché questa venga posta in una posizione di rilievo, assicurando visibilità e attenzione da parte dei visitatori, una strategia del tutto analoga a quella che normalmente viene utilizzata per il posizionamento sugli scaffali dei punti vendita.

DIFFERENTI METODI DI PREZZAMENTO DELLA PUBBLICITA' ONLINE

- CPI (Cost-per-Impression)
- CPM (Cost-per-Mille)
- CPC (Cost-per-Click)
- CPA (Cost-per-Action)

- CPL (Cost-per-Lead)
- CPO (Cost-per-Order)
- CPConversion (Cost-per-Conversion)
- CPV (Cost-per-Visitor)
- CPS (Cost-per-Sale)
- CPTM (Cost-per-Targeted-Mille)

LA PUBBLICITA' CONTESTUALE DI GOOGLE

- Google AdWords
- Google AdSense
- Google Site Targeting

GOOGLE AdWORDS

- **Annunci subito online**
 - Gli annunci pubblicitari vengono caricati online immediatamente dopo la loro realizzazione
- **Advertise preview tools**
 - Permettono di visualizzare come l'annuncio pubblicitario apparirà prima che venga inserito nelle pagine dei risultati di Google
- **Creazione illimitata di annunci**
 - I pubblicitari possono creare e far girare tutti gli annunci che desiderano in differenti versioni e vedere quelli a cui rispondono meglio gli utenti

GOOGLE AdWORDS

- **Impostazione del budget di spesa**
 - Si può impostare un massimale di spesa senza alcun obbligo di spesa minima. E' possibile poi impostare un budget massimo di spesa giornaliera e un costo massimo che si è disposti a pagare per ogni click
- **Keyword targeting**
 - Si possono attivare molte diverse opzioni per mettere a punto la campagna nel modo migliore, includendo la scelta di keywords, negative keywords, phrase matches e exact matches

GOOGLE AdWORDS

- **Web-based reporting tools**
 - Accesso istantaneo a strumenti di rapporto istantaneo che calcolano la percentuale di click-through in rapporto alle visualizzazioni (impressions)
- **Ad performance feedback**
 - I pubblicitari possono avere feedback in tempo reale (attraverso il tool visitor interest bar) per misurare l'efficacia globale e la popolarità di un annuncio

GOOGLE AdSENSE

- AdSense for content
- AdSense for search
- Referrals
- AdSense for mobile
- AdSense for feeds

Ottimizzare Adsense

1. Rivedere le caratteristiche di formattazione del riquadro degli annunci di AdSense
2. Posizionare gli annunci
3. Ricercare le Keywords più rilevanti
4. Sviluppare i contenuti
5. Tracking and Reports