



FONTE	PUBBLICITÀ ITALIA
DATA DI PUBBLICAZIONE	3 NOVEMBRE 2009
AUTORE	
WEB	www.pubblicitaitalia.it

 AEDGENCY – Performance-Based Marketing

## [Adv online] Internet e la “coperta di Linus” del valore del brand

“Internet ha cambiato la dinamica tra i brand e gli acquirenti; le vecchie certezze relative al valore della marca stanno perdendo importanza e gli esperti di marketing devono comprendere che è necessario guardare oltre questa rassicurante coperta di Linus”. Lo ha affermato di recente **Vincent Labey** (nella foto), ceo e fondatore di **Aedagency**, società che offre servizi di marketing digitale basato su canali di comunicazione privilegiati, che mettono in contatto brand e consumatori online. “Se si offre ai consumatori un servizio di prima qualità - sostiene Labey - si hanno buone probabilità di successo; quelli che non

accettano questo nuovo paradigma di marketing verranno superati dalle marche che lo faranno. La chiave per fornire forme più sofisticate e realmente mirate di pubblicità è costituita dai dati degli utenti, e il successo dell’operazione dipende da come vengono raccolti e utilizzati. Per rimanere pertinente la pubblicità online deve passare a un modello di servizio; tuttavia, affinché i consumatori siano disposti a condividere i propri dati personali, gli esperti di marketing devono essere in grado di offrire in cambio qualcosa di valore”.

