

<b>FONTE</b>	ADV
<b>DATA DI PUBBLICAZIONE</b>	03 MARZO 2010
<b>AUTORE</b>	
<b>WEB</b>	<a href="http://www.advertiser.it">www.advertiser.it</a>

 AEDGENCY – Performance-Based Marketing

## AEDGENCY: UNA VIDEO GUIDA PER PASSARE A CAMPAGNE CONVERSION-BASED

Aedgency, società europea specializzata nel marketing performance-based, ha presentato la più recente delle sue video guide dedicate ai professionisti del marketing online in cui Sven Hezel, Head of Media Buy della società, illustra come migrare una campagna pubblicitaria dal modello CPM (Cost Per Thousand) a quello CPA (Cost Per Action).

La video guida fornisce alcuni semplici consigli per passare a un più profittevole modello conversion-based per campagne con obiettivi molto specifici, come il download di una brochure o il completamento di un particolare acquisto.

Il prezzo della campagna basata su conversione è concordato in anticipo con il partner, pertanto è completamente trasparente per le aziende e permette previsioni precise e in tempo reale.

Sven Hezel fa due semplici raccomandazioni per assicurarsi che il modello CPA funzioni:

1) Gli esperti di marketing dovrebbero

fissare un budget e definire chiaramente la data di conclusione delle campagne. Una cifra compresa fra €1.500 e €3.000 rappresenta un budget iniziale ragionevole e, chiusa la campagna, sarà facile valutare il successo dei piazzamenti e quindi decidere se continuare con la stessa strategia o aggiornarla.

2) Il segreto è l'ottimizzazione. I professionisti del marketing dovrebbero analizzare regolarmente le performance delle proprie campagne e adattarle se necessario modificando per esempio il target, ma anche provando nuovi banner, landing page e piazzamenti. Se i prodotti e i piazzamenti non portano i risultati desiderati, è bene sostituirli con altri.

**Sylvie Stankovic**, Director of Advertising di Aedgency, commenta: "Seguendo questi due consigli, è possibile generare più traffico verso un sito web per incrementare il tasso di conversione e quindi il ROI. Inoltre, adottando il modello CPA, chi si occupa di marketing avrà più tempo da dedicare alla pianificazione delle prossime campagne".

Per ulteriori informazioni è possibile visitare il canale YouTube di Aedgency all'indirizzo, disponibile con sottotitoli in cinque lingue, fra cui anche l'Italiano.

