

Aedgency: una video guida per passare a campagne conversion-based

2 febbraio 2010 – Aedgency, società europea specializzata nel marketing performance-based, presenta la più recente delle sue video guide dedicate ai professionisti del marketing online. 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, ha dichiarato: "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 su come passare al modello CPA, è possibile visitare il canale YouTube di Aedgency all'indirizzo <http://www.youtube.com/aedgency>, disponibile con sottotitoli in cinque lingue, fra cui anche l'Italiano.

Aedgency

Aedgency, con sede centrale a Barcellona, è un'azienda europea specializzata in marketing digitale basato sui risultati che offre l'accesso a canali di comunicazione privilegiati fra brand e consumatori on-line.

Fondata nel 2004. Aedgency è cresciuta molto rapidamente, e ora è attiva in cinque mercati europei. Mission di Aedgency è aiutare i propri clienti a incrementare i tassi di conversione e aumentare la redditività dei siti web delle reti di affiliati ed editori indipendenti.

Aedgency offre alle aziende accesso a milioni di consumatori online in tutta Europa. I suoi strumenti d'analisi sfruttano una profonda segmentazione contestuale e comportamentale, per avvicinarsi agli utenti attraverso i canali di comunicazione che garantiscono maggior probabilità di successo.

Per ulteriori dettagli sull'offerta integrata di Aedgency è possibile visitare il sito www.aedgency.com/it

Per ulteriori informazioni stampa:

Mariano Medda
Axicom Italia srl
Tel. 02.75.26.11.25
mariano.medda@axicom.it