

# > Uno strumento sofisticato per la pianificazione delle campagne pubblicitarie online

## WEBRF PERMETTE LA PIANIFICAZIONE E LA MISURAZIONE DELLE CAMPAGNE ONLINE IN UNA LOGICA DI OTTIMIZZAZIONE DEL BUDGET DISPONIBILE, COME AVVIENE PER I MEDIA TRADIZIONALI

### Perché utilizzare WebRF?

Nel passato vi era mancanza di informazioni affidabili, precise e facilmente accessibili in grado di aiutare nella pianificazione delle campagne pubblicitarie online. Inserzionisti e agenzie di pubblicità dovevano affidarsi al proprio giudizio per selezionare domini, siti e pagine da includere nelle campagne. Per rispondere a questa esigenza del mercato, Nielsen//NetRatings ha sviluppato WebRF, offrendo le informazioni con uno strumento che permette pianificazioni efficienti a livello di costi e utilizzando metriche condivise nelle analisi tradizionali, quali copertura, reach, frequency e costruzione dell'audience su determinati profili.

#### > Se siete Acquirenti di Pubblicità o Planner

WebRF permette di valutare il successo della propria pianificazione per determinati target demografici, calcolando l'audience ottimale che verrà raggiunta con un determinato budget.

#### > Se siete Editori o Concessionarie

WebRF è in grado di evidenziare aree di un dominio o domini di proprietà in linea con determinati profili demografici. Ciò permette di proporsi per campagne rivolte a target predefiniti e di evidenziare gli elementi di forza della propria audience rispetto a quella dei concorrenti.

#### > Se siete un Inserzionista

WebRF permette di valutare le proprie attività nel tempo costruendo giorno per giorno l'audience per la campagna. Il sistema mostra quando le attività hanno raggiunto un livello massimo in termini di copertura ed evidenzia i modi più efficienti per raggiungere questo livello.

### Come funziona?

WebRF combina le rilevazioni Nielsen//NetRatings sui comportamenti dei navigatori con il dettaglio della Page View come misura base. Questo consente un approccio campionario orientato ai consumatori. Le informazioni vengono elaborate da un software fornito da IMS per offrire un'ampia gamma di analisi basate su misurazioni standard di reach & frequency, tra cui:

- > Ottimizzazione della campagna
- > Analisi di upweight/downweight
- > Profilo della frequenza
- > Costruzione dell'audience nel tempo
- > Totale pagine acquistate e pagine viste dal target

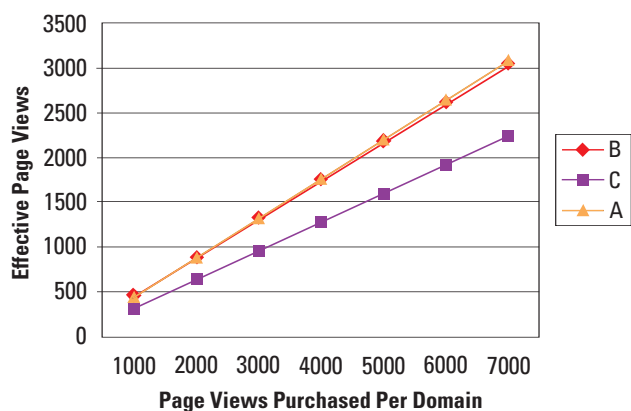


Fig. 1. Frequency profiling utilizzando dati estratti da WebRF a livello di dominio. Il Dominio C mostra un calo netto della frequenza, indicando accessi irregolari da parte dell'audience in target. Il Dominio B mostra alti livelli di accesso con un lieve calo dell'audience.



**Perché usare le Page Views?**

Questo approccio permette di comprendere le caratteristiche e le performance di ogni pagina all'interno di un determinato dominio o sito. Le informazioni comprendono dettagli come: chi ha visto cosa, dove, quando e per quanto tempo; ciò permette agli utilizzatori del servizio di costruire pianificazioni che soddisfino un'ampia gamma di criteri in termini di targeting, frequenza e copertura.

**Utilizzare WebRF per pianificare una campagna**

WebRF permette di inserire un costo per migliaia di pagine viste riferito sia al mercato che a livello di dominio/sito. Ciò significa che un determinato budget può essere utilizzato come uno dei parametri definiti. L'utente può creare specifici target demografici e selezionare una pianificazione manualmente, oppure acquistare spazi utilizzando WebRF per ottimizzare una pianificazione.

In entrambi i casi, la selezione della pianificazione può essere perfezionata selezionando o de-selezionando determinati domini/siti/pagine oppure aumentando o diminuendo il numero effettivo di pagine viste acquistate nella pianificazione. Tutte le informazioni vengono presentate non duplicate, offrendo una valutazione della performance della selezione. Le informazioni possono essere utilizzate per calcolare i profili efficacemente confrontando il numero di pagine viste acquistate con le effettive pagine viste dal target di riferimento.

Inoltre, WebRF ha una capacità di gestione del tempo che permette all'utente di costruire Profili di Audience su determinati periodi di tempo. Questa funzionalità mostra la performance della campagna mentre si sviluppa e cresce la copertura, fino a che la curva di copertura raggiunge il punto di saturazione. Dunque l'investimento per la campagna può essere massimizzato in qualsiasi momento.

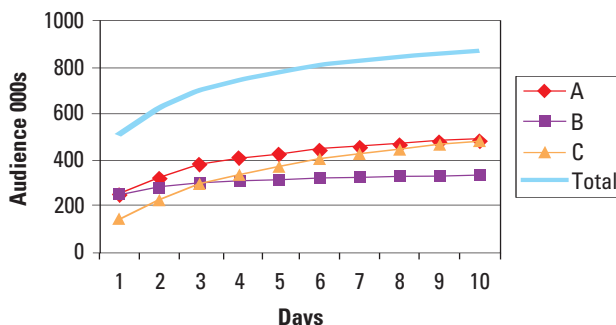


Fig.2. La costruzione dei Profili di Audience su base giornaliera. Questa funzionalità evidenzia sia le curve di crescita individuali di ciascun dominio che i possibili punti di interruzione delle attività commerciali.

**Pianificazioni Cross-Media**

Tutte le informazioni che si trovano in WebRF possono essere confrontate all'interno di tre universi diversi. L'Universo Internet Attivo – il numero di persone che hanno avuto accesso ad Internet in un determinato periodo di tempo, l'Universo Internet – la popolazione totale con accesso ad Internet, e la popolazione totale italiana; ciò permette di calcolare la reach a livello nazionale e confrontarla con altri media.

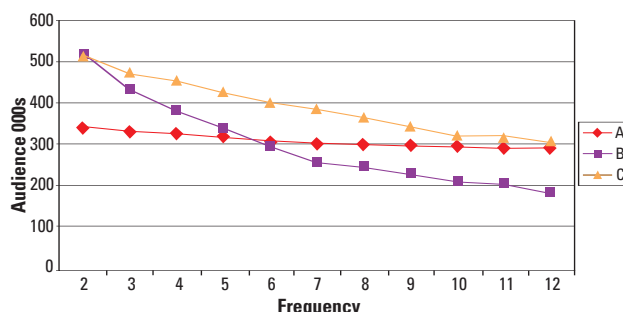


Fig.3. Il frequency profiling può illustrare i diversi tipi di comportamento dell'audience. Un calo notevole dell'audience rispetto alla frequenza indica accessi irregolari. Una curva di profilo piatta indica accessi ripetuti da parte dello stesso gruppo di persone.

**Per ulteriori informazioni:**

Guido Mazzoccola  
Client Service Manager  
gmazzoccola@intl.netratings.com  
Tel: (+39) 02 45197670

Nielsen//NetRatings  
c/o ACNielsen Italia S.p.A.  
Via G. Di Vittorio, 10  
20094 Corsico - Milano

[www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)