

Teads

The Attention Economy Study
I nuovi orizzonti della Media Quality

Powered by

dentsu



Perchè l'attenzione è importante?

L'attenzione guida risultati

3 volte meglio della viewability

Misurare l'attenzione

Eye-tracking



Guardare l'annuncio
per più di 60 ms
% Dwell Time in
visualizzazione
(sguardo sull'annuncio)

Facial Coding



Occhi sullo schermo

Volume
Qualità dell'attenzione

Misurazione live di campagna



Opzione personalizzata

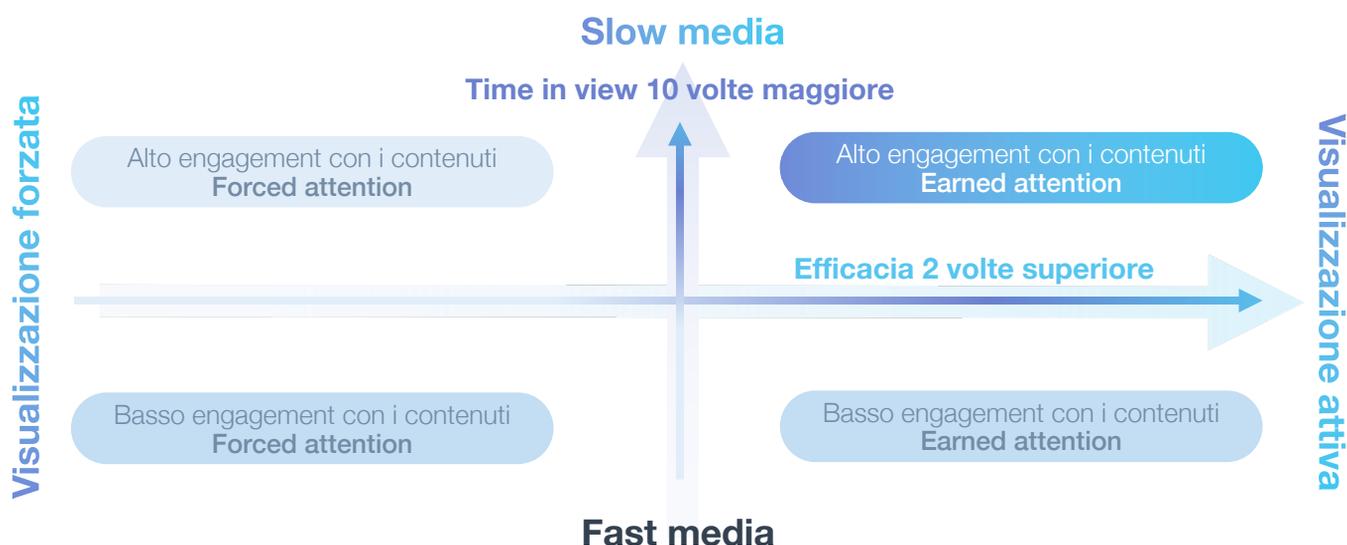
Time in View
(pubblicità visibile sullo
schermo)

Precisione

Scalabilità

Mappa dei differenti tipi di attenzione

(Volume x Qualità)



La piattaforma media globale che guida l'attenzione

Teads aiuta i brand a vincere le sfide legate all'attenzione online



Time in View

Il tempo di visualizzazione è uno dei migliori driver per guidare l'attenzione.

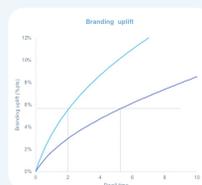
12.2s
Time in view



Scelta dell'utente

La scelta volontaria di guardare è un aspetto chiave

Gli annunci forzati richiedono **il doppio del tempo** per ottenere lo stesso impatto che annunci non forzati ottengono in 2 secondi.



Volontari: Pubblicità che puoi skippare o evitare scorrendo la pagina.

Forzati: Pubblicità che non puoi skippare o evitare scorrendo la pagina.



Creatività

L'ottimizzazione creativa e l'interattività **incrementano l'attenzione e l'impatto sui media KPI**

OTTIMIZZAZIONI CREATIVE PER IL MOBILE

49%

Aumento in attenzione vs l'originale

31%

Aumento in brand lift vs l'originale

INTERATTIVITÀ

+50%

Dwell time (vs MPU standard)



Rilevanza

Una Reach rilevante **massimizza l'attenzione e l'impatto del brand**

+13%

Secondi di attenzione per 1000

+27%

Impatto delle pubblicità rilevanti sulla Memorability

From Zero to Hero:

4 modi di pianificare e ottimizzare verso l'attenzione

Valuta le performance di attenzione dei tuoi media partner

Analizza i tuoi media partner utilizzando ambienti controllati, panel e misurazione in tempo reale delle campagne



Valuta come le loro creatività possono essere ottimizzate per generare attenzione

Effettua dei Pre-test sulle pubblicità, attraverso facial coding o misurazioni eye-tracking al fine di ricavare le linee guida creative

Testa le differenti modalità di acquisto e richiedi dei report sulle metriche dell'attenzione

Cost per attentive s



Connetti i livelli di attenzione all'impatto della tua campagna

Comprendi come i livelli di attenzione impatta sui KPI e sull'efficacia della tua campagna, mettendo a confronto piattaforme e brand

Dalla ricerca all'attivazione

Studi dell'industry
I driver
dell'engagement e
dell'attenzione
degli utenti in
pubblicità

Ricerche di
mercato

dentsu  havas
media

Teads CREATIVE LAB

Pre-test
creativi & di
formato

realeyes

Misurazione Live
della campagna

Report &
Ottimizzazione

LUI'EN Adelaide

IAS MOAT
www.moat.com

Pianifica su TAM
Targeting

Pianificazione

Acquista
in TAM
Risultati garantiti

Modalità
d'acquisto

Se desideri ricevere maggiori informazioni, scrivi a: intelligence@teads.com