



Your Brain on Premium Content

Perchè i contesti editoriali premium sono l'ambiente ottimale per il video advertising



Teads si è rivolta a Neuro-Insights, azienda leader nelle neuroscienze, per misurare il valore che i contesti editoriali premium hanno per il video advertising.

Per realizzare lo studio, Teads ha potuto contare su 4 dei premium publisher più famosi al mondo.

Time Inc.

CONDÉ NAST

Forbes

The Atlantic



I contesti editoriali premium superano Facebook nelle performance, rispetto a tre punti chiave:

- 1 Il contesto editoriale premium è percepito come più rilevante per la persona
- 2 Il contesto editoriale premium crea esperienze pubblicitarie memorabili
- 3 Il contesto editoriale premium rappresenta un'opportunità di successo incrementale per un'ampia gamma di strategie creative

Gli ambienti premium sono più rilevanti per la persona rispetto ai contenuti presenti su Facebook

Gli ambienti premium sono il

16%

più rilevanti per la persona

I contesti editoriali premium creano esperienze pubblicitarie memorabili

Che cos'è la codifica della memoria?

La codifica della memoria indica l'intensità del ricordo generato attraverso l'esposizione ad una creatività; è direttamente correlata all'impatto prodotto sul comportamento del consumatore.

La Codifica Viene Misurata in Entrambi gli Emisferi Cerebrali

Emisfero sinistro

È la parte di cervello logico-razionale, analitica e focalizzata sui dettagli. È un forte indicatore per le performance degli annunci video



Emisfero destro

È il centro emozionale del cervello, capace di interpretare la realtà secondo una visione globalizzante. È un forte indicatore per le performance degli annunci video

I contesti editoriali premium producono un impatto più elevato e duraturo sulla memoria a lungo termine



Gli annunci collocati all'interno di ambienti premium figurano nel 20% delle pubblicità online meglio performanti tra quelle prese in esame

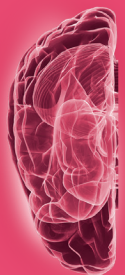


Codifica dettagliata (emisfero sinistro)

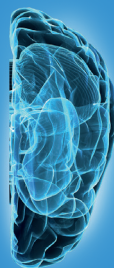
Il contesto editoriale premium rappresenta un'opportunità di successo per un'ampia gamma di strategie creative

Gli ambienti premium agiscono equamente su entrambi gli emisferi del cervello

Codifica
Dettagliata



Codifica
Emozionale



Contesti editoriali premium

Quando lo sbilanciamento dell'annuncio verso l'emisfero destro/sinistro si allinea con lo sbilanciamento del contesto, la creatività video risulta più efficace.

Le creatività più performanti all'interno di ambienti premium

Emisfero sinistro

Emisfero destro

Gli ambienti premium generano risultati di successo sia tra gli annunci che presentano uno sbilanciamento verso l'emisfero sinistro, sia tra quelli che presentano uno sbilanciamento verso l'emisfero destro



Facebook top-performer

Emisfero sinistro

Emisfero destro

Facebook genera risultati di successo tra una gamma più ristretta di annunci che mostrano sbilanciamenti verso l'emisfero sinistro/destro



Brand di Salute/
Nutrizione



Brand di
Caffè



Brand di
Hospitality



Brand di Elettronica di
Consumo/Musica



Brand di
Ecommerce



Programma
TV

Consigli utili per creare un'esperienza pubblicitaria premium

- 1 Garantisci un forte impatto sulla memoria a lungo termine attraverso inserzioni in contenuti editoriali premium
- 2 Fai leva sui contenuti editoriali premium per costruire campagne altamente impattanti e capaci di generare un alto livello di User Engagement
- 3 Investi in una vasta gamma di contenuti editoriali premium per garantire che le tue campagne non siano influenzate da un forte disequilibrio tra l'emisfero destro e sinistro
- 4 Crea un forte impatto sulla memoria posizionando il brand, all'interno della creatività, in corrispondenza dei picchi di memorabilità
- 5 Considera i contesti editoriali premium per allargare la gamma delle tue strategie pubblicitarie.

Metodologia

Partner di ricerca: Neuro-Insight

Misurazione: mappatura neurale per misurare l'attività cerebrale in specifiche regioni del cervello. Questo permette di comprendere come il contesto impatti sul modo in cui gli individui ricevono le informazioni.

Ambiente: Ambiente: Due gruppi di n° 50 intervistati. Uno di questi è stato esposto a 8 annunci video di 15 secondi erogati su mobile all'interno di articoli editoriali premium. L'altro gruppo è stato esposto alle stesse 8 pubblicità collocate all'interno del proprio feed di Facebook.

Periodo di ricerca: Novembre 2016

Publisher Premium in esame: The Atlantic, Conde Nast, Forbes e Time, Inc.

Ambienti social presi in esame: Feed di Facebook

Creatività video prese in esame: Creatività video prese in esame: n° 8 annunci creativi di 15 secondi erogati su mobile relativi a CPG, QSR, hospitality, intrattenimento, elettronica, retail e Ecommerce



Teads.tv

REINVENTING VIDEO ADVERTISING