

WEB

Media Consultants lancia con AdReport un servizio di rilevazione delle campagne online

Un nuovo metodo di rilevazione delle campagne web si affaccia sul mercato italiano. Media Consultants, società leader in Italia nella produzione di strumenti e servizi per advertising management, media planning, analisi di media research e monitoraggio delle attività pubblicitarie, ha annunciato una strategica partnership con AdReport, società internazionale specializzata nella rilevazione delle campagne pubblicitarie su internet, per la commercializzazione in Italia del servizio omonimo. Il servizio AdReport è distribuito in Grecia, Turchia, Olanda e Italia e si sta espandendo in altri paesi europei che verranno man mano attivati a partire dal 2016. Il monitoraggio avviene grazie ad un avanzato sistema simile a quello

dei motori di ricerca, che esamina migliaia di indirizzi web durante l'intero giorno, anche ripetendo l'accesso in momenti diversi della giornata, e registra ogni annuncio pubblicitario trovato. Il servizio è neonato in Italia e, in pochi mesi, controlla già, 24 ore su 24, circa 600 siti e oltre 8.000 URL, e solo negli ultimi mesi ha rilevato circa 1.500 inserzionisti, 6.000 campagne e oltre 40.000 creatività pubblicitarie. Il motore di ricerca e acquisizione delle campagne pubblicitarie consente di avere informazioni praticamente in tempo reale. Durante il giorno, nel giro di poche ore le nuove creatività vengono esaminate e catalogate per: campagna, prodotto, advertiser, settore e categoria e rese disponibili ai clienti per la

visualizzazione e le analisi. Il tool AdReport consente di costruire report secondo i propri bisogni e, soprattutto, l'immediata identificazione delle nuove campagne e di tutte quelle attive oggi, ieri, l'altro ieri, l'ultima settimana, l'ultimo mese o per un periodo scelto. Le pagine di visualizzazione dei risultati hanno un'unica impostazione, sono semplici e di immediata comprensione. Per ogni campagna identificata vengono subito mostrate: azienda, prodotto, campagna, categoria, siti web, tipi banner e creatività. Il dettaglio della singola campagna affianca le creatività ai siti web e sottosezioni su cui sono state reperite. Una utilità particolare per publisher e concessionarie consiste nella capacità d'individuare facil-

mente le campagne attive su siti concorrenti che non hanno, invece, pianificato i loro, in modo da poter contattare l'inserzionista e proporsi. Altrettanto utile per investitori e agenzie è la possibilità di individuare agevolmente la partenza di campagne dei propri competitor e i siti su cui sono state individuate. AdReport e Media Consultants ritengono fondamentale, insieme a commercializzazione e uso del prodotto da parte del mercato, la crescita ed il miglioramento continuo del tool, per cui, sin dal primo momento, hanno avviato progetti e sperimentazioni per implementare e far crescere in qualità, dettagli e ricchezza di informazioni il servizio e l'applicativo.

Elena Pescucci

