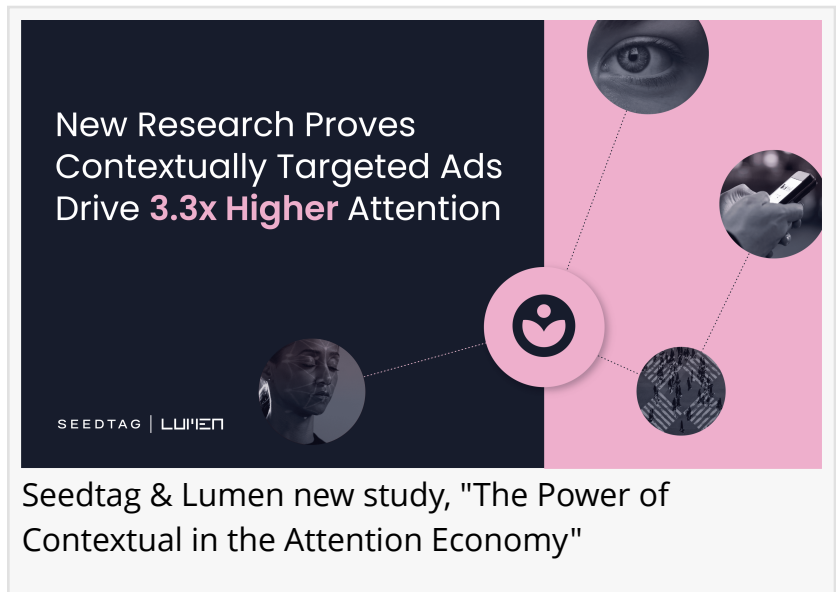


Gli annunci Contextual generano un'attenzione 3,3 volte superiore, come dimostrato da una ricerca tra Lumen e Seedtag

MILANO, ITALY, December 1, 2021 /EINPresswire.com/ -- [Seedtag](#), Contextual advertising Leader in EMEA e LATAM, ha rilasciato oggi il Report "The Power of Contextual in the Attention Economy", uno studio condotto da Seedtag insieme alla società di misurazione dell'attenzione [Lumen Research](#). L'analisi dimostra come gli annunci di Seedtag raddoppino l'attenzione rispetto ad altre soluzioni Outstream Video e Rich Media simili e guidino 3,3 volte di più l'attenzione rispetto agli annunci standard IAB, combinando il potere della Contextual Intelligence con formati ad alto impatto.



In uno scenario privacy-first, la capacità di un brand di catturare e mantenere l'attenzione degli utenti rappresenta una vera e propria sfida. Tuttavia, mentre l'intera industry si allontana dai cookie di terze parti, i Brand hanno l'opportunità di sviluppare connessioni significative con gli utenti mediante l'adozione del Contextual Advertising. Queste strategie permettono ai Brand di offrire esperienze pubblicitarie pertinenti, completamente allineate con l'interesse degli utenti in tempo reale, guidando l'impatto e l'attenzione nel rispetto della loro privacy.

Posizionare i messaggi del Brand in un contesto pertinente assicura che essi catturino l'attenzione dell'utente, il che si riflette in ultima analisi sui dati relativi alle vendite: secondo Lumen, gli annunci che mantengono l'attenzione per più di 2,5 secondi sono in grado di incrementare le vendite fino al 50%. Seedtag ha collaborato con Lumen per approfondire le performance delle proprie soluzioni, potendo valutare efficacemente la qualità dell'attenzione generata dai formati e dai placement customizzati offerti da Seedtag.

La ricerca ha coinvolto 1.200 intervistati britannici di età superiore ai 18 anni, i cui modelli di

navigazione e il comportamento di visualizzazione sono stati monitorati attraverso la tecnologia eye-tracking. I risultati ottenuti sono stati poi contestualizzati, confrontandoli con i principali canali video e display.

Di seguito i principali risultati:

- Gli annunci Seedtag hanno generato una maggiore Noticeability rispetto a tutti gli altri canali digitali: Gli annunci sono stati notati di più, con l'87% di annunci visti rispetto al valore più basso degli annunci standard IAB con il 61%.
- Seedtag ha generato View Times significativi: Seedtag si è classificata tra i primi due in termini di mantenimento dell'attenzione, con 3,2 secondi di tempo medio di visualizzazione per ogni annuncio o impression erogata, rispetto a 1,8 secondi del video outstream.
- Seedtag ha ottenuto il punteggio APM più alto: Seedtag ha ottenuto il maggior punteggio APM (Attentive seconds per 1.000 impressions erogate) rispetto a tutti gli altri canali digitali, con un totale di 2766 secondi, 3,3 volte tanto rispetto alle unità standard IAB e il 37% in più rispetto agli annunci dei social media.

I dati sull'attenzione raccolti nell'ambito di questo studio hanno permesso a Lumen di costruire un modello predittivo specifico per Seedtag che fornisce una profonda comprensione delle sue performance relative all'attenzione. Raccogliendo dati a livello di impression attraverso un tag LAMP (Lumen Attention Measurement Platform), Seedtag è in grado di determinare il punteggio di attenzione per ogni formato, placement e dominio. Questi insight permettono ai brand di ottimizzare la qualità dell'attenzione delle loro campagne, evitando lo spreco di impressions.

Giorgio Corradini, Country Manager Italia di Seedtag, dichiara: I risultati di questa ricerca condotta con Lumen dimostrano come le comuni metriche di settore come la viewability non siano utili nel determinare la qualità dell'attenzione degli investimenti media. È incoraggiante vedere che le nostre soluzioni hanno superato gli altri canali non solo nel catturare l'attenzione degli utenti, ma anche nel mantenerla più a lungo. Questi risultati confermano anche la nostra formula unica, in cui combiniamo una tecnologia contestuale all'avanguardia con la creatività, ottenendo ottimi risultati per i nostri Brand partner".

Michael Follett, Managing Director, Lumen Research afferma: "Seedtag è un partner chiave per noi e siamo entusiasti di annunciare questa partnership innovativa. Le metriche di attenzione di Lumen si basano sui dati e sugli algoritmi del nostro pannello di eye-tracking, che contiene diversi anni di dati sull'attenzione di migliaia di consumatori. Tracciando una varietà di ambienti editoriali e formati adv, abbiamo identificato le relazioni tra l'attenzione e altre variabili e siamo in grado ora di creare stime predittive efficaci. Questo è un game-changer per gli inserzionisti che cercano dati affidabili sull'impatto delle loro campagne".

A proposito di Seedtag

Seedtag è l'azienda leader nella pubblicità contestuale che crea soluzioni altamente impattanti e coinvolgenti per contenuti visivi rilevanti, alimentando il targeting e i ritorni per i migliori editori e

i marchi più importanti. L'I.A. contestuale dell'azienda permette ai marchi di impegnarsi con i consumatori all'interno del loro universo di interesse su una base senza cookie. Seedtag è stata fondata a Madrid nel 2014 da due ex-Googleers che volevano ottenere il massimo dalle immagini editoriali e ad oggi è un'azienda globale con più di 200 dipendenti e un'importante presenza internazionale con uffici in Spagna, Francia, Italia, Regno Unito, Benelux, Germania, Messico, Brasile e Colombia.

A proposito di Lumen

Lumen è un'azienda di tecnologia dell'attenzione che utilizza l'eye tracking per aiutare i marchi a misurare, acquistare e amplificare l'attenzione al loro marketing.

Rocio Martinez de Carlos

Seedtag Advertising SL (CIF: B86978996)

rociomartinez@seedtag.com

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/557273286>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.