



4w MarketPlace: Obiettivo centrato per la campagna e-Campus



4w MarketPlace, operatore leader in Italia nel News Contextual Advertising, è stato scelto da e-Campus per promuovere i propri corsi di laurea on-line. L'obiettivo della campagna, on air nel periodo 5-18 febbraio, è stato pienamente raggiunto, soprattutto in termini di conversion rate dei lead generati (2.2%) con un eccellente "costo di acquisizione". Grande la soddisfazione di Francesca Nardi, Responsabile Web Marketing e-Campus. "La complessità dell'obiettivo, in questo caso, era riuscire a raggiungere a un costo ragionevole un segmento di mercato fortemente profilato: gli italiani interessati ad un corso di laurea on line. 4w Net è risultato essere un ottimo strumento sia per efficacia che per costo contatto."

Il bacino di 4w MarketPlace ha risposto pienamente alle esigenze dettate dal cliente che, dato un target 18-34 anni, buona cultura, alto spendente fruitore di servizi di e-commerce, ha raggiunto gli obiettivi di campagna riducendo i costi acquisitivi ed aumentando l'efficacia di comunicazione del prodotto. Il tutto in un ambiente zero click fraud. Una volta definiti gli obiettivi di comunicazione, il cliente ha dato in concessione la gestione totale di questa campagna a 4w MarketPlace, che è diventato partner in questa operazione di marketing gestendo al meglio l'equilibrio tra i volumi e gli obiettivi di costo di acquisizione. Grazie agli ottimi risultati raggiunti il cliente ha deciso di investire anche sugli altri brand, Accademia del Lusso e Grandi Scuole, che fanno parte dello gruppo.

4w MarketPlace, offre un modello di pianificazione pubblicitaria on-line estremamente performante grazie ad un'avanzata tecnologia di targetizzazione di tipo qualitativo ed un modello di pianificazione, che offre la possibilità di investire per canali tematici e per parole chiave in contesti che garantiscono grandi bacini di utenza. In sintesi, audience premium qualificate, ma anche grandi volumi di traffico.