

Scaricato da



www.largoconsumo.info

Spot

Misurare il ritorno della pubblicità

Come realizzare campagne pubblicitarie di successo? Come orientare le scelte di investimento tra i diversi mezzi pubblicitari? Come stabilire connessioni emotive tra marche e consumatori? Come progettare e controllare una campagna pubblicitaria? In definitiva, come ottimizzare il ritorno degli investimenti in comunicazione (*Return In Investment o Roi*)? Nell'era della comunicazione integrata, dove ai mass media si affiancano media digitali interattivi, canali di comunicazio-



ne indiretti e media non convenzionali, è necessario indicare alle imprese un percorso strategico coerente per costruire connessioni di valore con i consumatori. *Come misurare il ritorno della pubblicità* è un manuale di strategia pubblicitaria che consegna al lettore dieci regole d'oro per realizzare progetti di comunicazione di successo. Gli autori sono Vittorio Bonori, chief operating officer di ZenithOptimedia Group, agenzia media internazionale appartenente alla holding di comunicazione Publicis Groupe Sa, e Giorgio Tassinari, professore di statistica economica presso la Facoltà di Economia dell'Università di Bologna. Il testo si rivolge a tutti coloro che si occupano di marketing e comunicazione.

Il Sole 24 Ore spa
servizioclienti.libri@ilsole24ore.com