



Amazon lancia in Italia il servizio self-service di performance advertising basato su costo per click

I brand possono utilizzare i servizi Sponsored Products, Headline Search e Product Display Ads su desktop e mobile per aumentare la visibilità dei propri articoli in tempo per la stagione dello shopping natalizio

I clienti Amazon hanno a disposizione nuovi modi per scoprire prodotti su Amazon

Milano, 13 dicembre 2016 - Amazon ha lanciato oggi Amazon Marketing Service, un servizio che rende disponibili ai brand tre nuove soluzioni di performance advertising attraverso un portale self-service. Le soluzioni *Sponsored Products*, *Headline Search* e *Product Display Ads* aiutano i brand ad aumentare la visibilità dei propri articoli su Amazon, in base alle parole chiave rilevanti e agli interessi dei clienti, posizionando i prodotti in primo piano nei risultati delle ricerche e sulle singole pagine prodotto. Per maggiori informazioni, e per iniziare oggi la propria campagna, i brand possono visitare il sito <https://ams.amazon.it>.

"In altre regioni, i brand hanno riscontrato ottimi risultati utilizzando Sponsored Products, Headline Search e Product Display Ads, aumentando in modo efficace la propria visibilità nelle pagine dedicate ai risultati delle ricerche su Amazon e il traffico verso le singole pagine prodotto, contribuendo a un impatto positivo sulle vendite" afferma Michele Giliberti, Responsabile di Amazon Media Group, Italia. "Siamo felici di introdurre in Italia queste tre soluzioni di performance advertising, accanto alle offerte già esistenti per le agenzie e i partner pubblicitari".

"Sempre più persone iniziano la loro ricerca di un prodotto online direttamente su Amazon, invece che usare i motori di ricerca" afferma Colleen Aubrey, direttore dei prodotti pubblicitari self-service di Amazon. "Questo rappresenta una straordinaria opportunità per brand, piccoli e grandi, per aumentare in modo efficace la possibilità di essere trovati su Amazon, in particolare durante la stagione dello shopping natalizio, aiutando così i clienti a trovare e scoprire più prodotti che potrebbero apprezzare."

Le soluzioni di performance advertising di Amazon sono basate sul modello delle aste: più è alta l'offerta, maggiori sono le probabilità che l'annuncio di un brand sia visualizzato. I brand scelgono il prezzo da pagare per ogni click, e pagano solo quando un cliente clicca sul loro annuncio. I sistemi di Amazon operano costantemente per mostrare ai clienti solo gli annunci più rilevanti, in base alle loro ricerche per parola chiave e prodotto, garantendo che gli inserzionisti ricevano click di qualità elevata. I servizi *Sponsored Products*, *Headline Search* e *Product Display Ads* possono essere utilizzati individualmente o in combinazione tra loro per aiutare a collocare i prodotti in posizioni preminenti su Amazon, e sono disponibili sia per i nuovi brand sia per quelli già affermati.

- **Sponsored Products:** si tratta di annunci che includono un solo prodotto, sono targettizzati sulla base di parole chiave e appaiono nei risultati delle ricerche su Amazon o sulle pagine prodotto. Sono direttamente collegati alla pagina dell'articolo in questione, nella quale i clienti possono trovare una descrizione dettagliata e le immagini del prodotto, leggere le recensioni lasciate dagli altri clienti e aggiungere l'articolo al carrello o alla Lista dei desideri.
- **Headline Search Ads:** sono annunci che mostrano un brand, sono targettizzati in base ai termini con cui i clienti effettuano le loro ricerche e vengono mostrati in cima alla prima pagina dei risultati delle ricerche su Amazon. I brand devono collegare l'annuncio a una landing page su Amazon in cui i clienti possano esplorare e conoscere specifici prodotti.
- **Product Display Ads:** sono annunci relativi a un prodotto, sono targettizzati in base agli interessi del cliente o alle categorie prodotto e appaiono sulla pagina di prodotti simili o complementari. I brand possono usare questi annunci per aiutare i clienti a scoprire le tende da campeggio mentre stanno acquistando un sacco a pelo, o le casse bluetooth mentre stanno cercando un router wi-fi.

I brand possono impostare e gestire le loro campagne direttamente o lavorare attraverso le loro agenzie. In entrambi i casi hanno la possibilità di scegliere le parole chiave cui associare i propri messaggi pubblicitari, o di iniziare con quelle raccomandate da Amazon. Possono inoltre impostare l'offerta massima per ogni click, il budget totale e la durata della campagna. Per le campagne in corso, possono accedere in tempo reale ad una reportistica dettagliata della performance, che include una panoramica sulle vendite dei propri prodotti su Amazon attribuite alla campagna pubblicitaria, e affinare la campagna nel caso sia necessario. Tutti gli elementi della campagna possono essere gestiti facilmente attraverso un servizio self-service che non richiede competenze tecniche o di design.

"In Simple Agency amiamo le novità, per questo abbiamo accolto l'invito di Amazon a testare il lancio del loro servizio di ricerca a pagamento in Italia. I clienti italiani sono sempre più evoluti e, quando cercano dei prodotti online, tendono a iniziare le proprie ricerche su Amazon" afferma Sandro Moretti, Managing Director, Simple Agency - Dentsu Aegis Network.

"Amazon Marketing Services offre ai brand e alle agenzie gli strumenti per raggiungere i clienti mentre stanno effettuando ricerche su Amazon.it. Oltre a un positivo impatto sulle vendite, è possibile raccogliere informazioni rilevanti. Non vediamo l'ora di scoprire le evoluzioni future di questo servizio".

Sponsored Products, Headline Search, e Product Display Ads fanno parte del portfolio dei servizi premium di Display Advertising di Amazon Media Group, che include anche gli spazi pubblicitari su Amazon.it, nel web e sulle app di terze parti attraverso Amazon Advertising Platform, l'offerta di Programmatic Advertising del gruppo, e soluzioni di marketing personalizzate.

Per conoscere Sponsored Products, Headline Search, Product Display Ads e gli altri servizi che compongono l'offerta di Amazon per l'advertising, è possibile visitare la pagina: <https://advertising.amazon.it>.

Amazon.com

Amazon è guidata da quattro principi: ossessione per il cliente piuttosto che attenzione verso la concorrenza, passione per l'innovazione, impegno per un'eccellenza operativa e visione a lungo termine. Le recensioni dei clienti,

lo shopping 1-Click, le raccomandazioni personalizzate, Prime, Logistica di Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, i tablet Fire, Fire TV, Amazon Echo e Alexa sono alcuni dei prodotti e dei servizi introdotti da Amazon.

Per ulteriori informazioni, contattare:

Amazon Press Office

press@amazon.it

+39.02.3679.2144

Mirandola Comunicazione

Marco Ferrario, Irene Artemagni, Giulia Perfetti

marco.ferrario@mirandola.net

irene@mirandola.net

giulia.perfetti@mirandola.net

amazon@mirandola.net

3207910162 - 3208858525 - 3457258786