

TURN

Big Data

Meet Turn - Enterprise Software for Marketers

Pierre Naggar, EU Managing Director, Turn

iab FORUM milano

TURN SLIDE CONFIDENTIAL 1

La Piattaforma di Cloud Marketing Integrata.

- NATIVELY INTEGRATED.** Data management, programmatic buying, e analytics su una singola piattaforma.
- GLOBAL.** Presente su 5 continenti con un'offerta tecnologica e servizi consulenziali.
- PLATFORM.** Tecnologia SaaS self-service con algoritmo predittivo per portare efficienza al processo di acquisto.
- VALUE.** Sistema sviluppato per portare valore aggiunto e un ROI superiore alle grandi aziende e alle loro agenzie e centri media.
- CROSS-CHANNEL.** Un solo login per accedere, pianificare e analizzare su tutti i dispositivi, formati e canali media.

- Anno di Fondazione: 2005
- Effettivi: 475
- Primi a diffondere Impression in RTB: Giugno 2009
- Primi a realizzare Audience Sync: Giugno 2011
- Direzione Generale: Silicon Valley
- Uffici: Amsterdam, Atlanta, Charlotte, Chicago, Dallas, Hamburg, Hong Kong, London, Los Angeles, New York, Paris, San Francisco, Sao Paolo, Seattle, Singapore, Sydney, Toronto, Tokyo

TURN

TURN SLIDE CONFIDENTIAL 2

La Piattaforma di Turn: Soluzione Integrata di Marketing

DSP, DMP e Analytics

Audience Suite

Audience/Data Management: Design audiences & build campaigns

- Activate first-party data
- 50,000+ third-party segments
- Syndicate to execution platforms

Programmatic Action: Execute with precision

- Real-time machine learning
- Frequency caps
- Message sequencing

Advanced Analytics: Analyze, learn, and plan

- Properly attribute credit
- Model future outcomes
- Update budget allocations

DataMine Analytics

Campaign Suite

TURN Platform

TURN

TURN SLIDE CONFIDENTIAL 3

Turn Aiuta le Aziende a Trarre il Meglio dai Propri Dati

 <p>Metti in relazione il tuo Brand con le Audience</p>	 <p>Individua i tuoi Clienti e trova nuovi Prospect</p>	 <p>Incrementa la tua ROI tramite campagne su tutti i Dispositivi</p>
 <p>Maggiore Efficienza grazie all'accesso a più di 100 vendor</p>	 <p>Focalizzati sulle decisioni da prendere</p>	 <p>Gestisci i tuoi investimenti su diversi canali</p>

TURN Turn Inc. Confidential

Un ecosistema totalmente integrato

Single click access with no integration necessary | Create tailored solutions for each campaign | Eliminate complexity of a fragmented technology market

Turn Cloud Marketing Platform

Video AdMob, LiveRail, VideoCaster, Telematics	Display AdMob, Admeld, Admetra, Adplexus, Rubicon, PubMatic, NEXAGE, Openx, Rubicon	Mobile AdMob, NEXAGE, Adplexus, Mobpub
Dynamic Creative AdExtent, Match, Adacado	Social Facebook, Facebook	

AlwaysOn Data Marketplace

Ad Servers Rubicon, Adplexus, Openx, Rubicon, Rubicon	Brand Safety & Page Quality Integral, Pledge	Brand Measurement DoubleClick, Nielsen, Nielsen, Nielsen
Verification DoubleClick, DoubleClick	CRM Onboarding DoubleClick, DoubleClick	


TURN Turn Inc. Confidential

Turn: La tecnologia a supporto dei più grandi Brand e le principali Agenzie

FMCG	KRAFT	Johnson & Johnson	Unilever	Kimberly-Clark	Nestle
FINANCE	EXTRADE	Bank of America	Bank of America	citi	charter SPECTRA
TELECOM	Sprint	Verizon	Telstra	T-Mobile	at&t
INSURANCE	WELLS FARGO	PROGRESSIVE	State Farm	GEICO	WELLS FARGO
MARKETING SERVICE PROVIDERS	Sevensigma	ebay	Auto Trader	Experian	CONSUMER
AGENCIES	dentsu	IPG	Omnicom	Omnicom	WPP

TURN Turn Inc. Confidential

TURN
Nuovi Scenari Digitali



Pre-2000: Audience Altamente Concentrate



Media Formats

- Print
- Radio
- TV
- Billboard

Advertiser

Audiences

Direct Negotiation


TURN

Internet of Everything Means Data from Everywhere

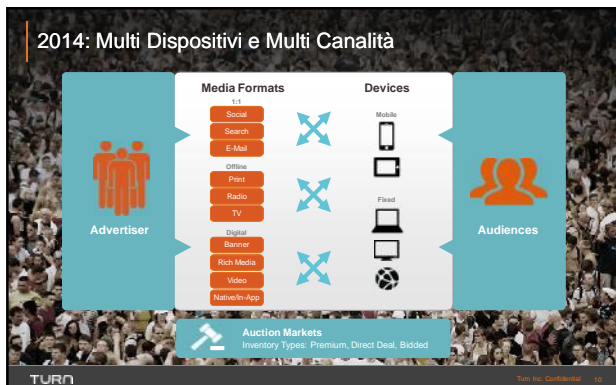
Figure 1.1: World Population and Connected Devices

Year	World Population	Connected Devices	Connected Devices Per Person
2003	6.3 Billion	50.7 Million	0.00
2010	6.8 Billion	1.25 Billion	0.24
2015	7.2 Billion	25 Billion	3.47
2020	7.6 Billion	50 Billion	6.50

Note: Most connected devices are people.



TURN



2015 Trend: Continua Crescita e Consolidazione

- Continua crescita del Programmatico ormai sempre più multi canale (2 miliardi di Euro nel 2013)
- Il mercato si sta concentrando – forti tensioni all'orizzonte
- L'intera filiera tra l'Inserzionista e l'Editore è in corso di ridefinizione
- Il ruolo dell'Agenzia andrà evolvendosi nei prossimi anni.
- Cap e conseguente opportunità nel mercato nel campo della consulenza sui progetti Big Data

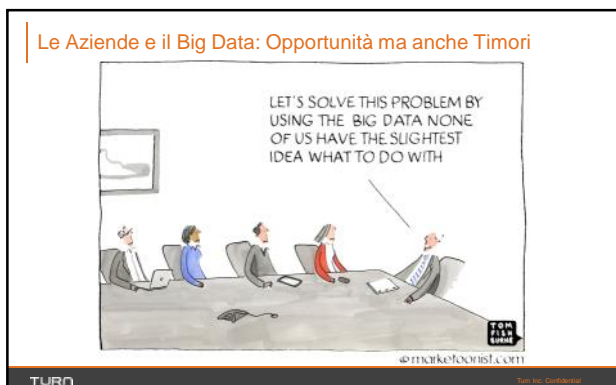
Benefits of Programmatic Advertising According to Marketing Professionals in the EU 5, May 2014
% of respondents:

Improve targeting	34%
Reach in real time	34%
Reduce waste	25%
Personalized ads	22%
Go to market faster	20%
Track success of campaign	20%
Cheaper advertising	24%
Better value impressions	22%
More creative advertising	18%

Note: In EU 5
Survey: Programmatic Advertising Annual, Euromonitor Group, September and Oct. 2014. Only and new programmatic advertising in view of new since 2011. Survey conducted by CMO Research, June 5, 2014.

* Duke CMO Study, August 2013

TURN Turn to: Confianza



2015 Trend: Investimenti nelle Tecnologie Big Data destinate a crescere

- Investimenti negli strumenti di Marketing Analytics: 8.8% del budget entro il 2016*
- Strumenti di attribuzione sono critici per misurare e distribuire sui vari canali
- Conseguenza:** Le aziende hanno un ruolo attivo nella scelta delle tecnologie
- Convergenza tra Marketing e CRM

Big Data Technology and Services Spending in Western Europe, 2013, 2014 & 2015

Year	Spending (Millions)
2013	52.1
2014	62.9
2015	86.8

* Duke CMO Study, August 2013

TURN Turn to. Confidential

TURN

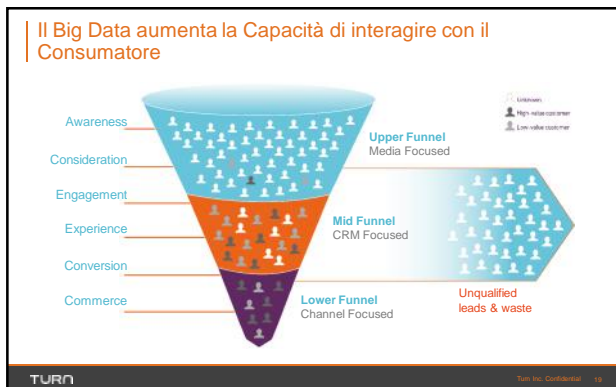
Why Big Data?

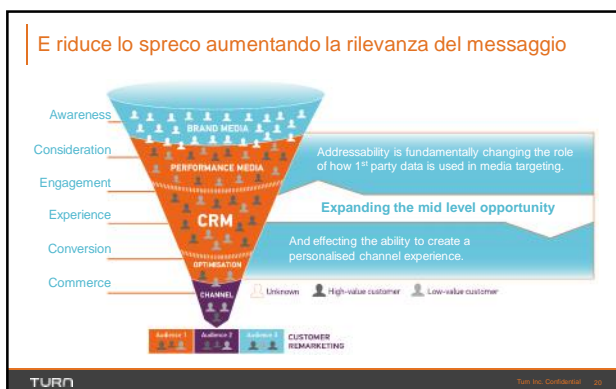
TURN Turn to. Confidential

La Capacità di indirizzare il Consumatore deriva dalla sua Conoscenza

- Visione totale e consolidata del consumatore
- Comportamenti, abitudini e preferenze
- Come raggiungere il consumatore laddove è più suscettibile di interagire
- Esperienze personalizzate, story telling
- Modelli di attribuzione per dare il giusto peso ad ogni canale
- Ottimizzazione multi canale e multidispositivi

TURN Turn to. Confidential





TURN

Case History di Aziende che hanno fatto leva sul Big Data

TURN Turn M2 - Confidential 21

KRAFT

Kraft utilizza la soluzione Turn per migliorare la propria comunicazione



TURN Turn Mkt. Confidential 22

Strategia su più Brand



Kraft **Starcom**

FIRST-PARTY DATA ATTRIBUTES
22,000

BRANDS USING FIRST- PARTY
28

AUDIENCES SEGMENTS
250

Crystal Light
+11% increase in purchase intent


Oscar Mayer
+9% increase in brand awareness

TASSIMO
Cost per order 70% lower
ROI 181% higher

160% higher ROI

TURN Turn Mkt. Confidential 23

Kraft Case Study



Crystal Light.

11% lift in brand favorability and purchase intent

Fashion-Interest
17 Party data

Weight-Loss Seeker
17 Party data

TURN Turn Mkt. Confidential 24

Kraft Case Study



2x the ROI of other sites

TURN Turn M. Confabini 25

Kraft Case Study



34% Return on Ad Spend (126% higher than another platform)

TURN Turn M. Confabini 26



TURN

Sky: Prima Esperienza di Big Data Strategy in Italia

MARCO STORTI, Digital Acquisition & Media Planning Manager di Sky Italia



TURN Turn M. Confabini 27

Sky ITALIA: Un caso unico in Italia



- Sky aveva bisogno di una soluzione tecnologica per meglio comunicare con i suoi clienti e al tempo stesso individuare nuovi prospect
- Sky in partnership con Simple Agency ha scelto Turn Audience Suite (DMP) nel 2013
 - ✓ Centralizzato i dati CRM e creazione di 22 profili specifici
 - ✓ Segmentazione contestuale dei log ad serving in base ai contenuti esposti
 - ✓ Attivazione dei canali 'paid media' (DSP) e 'owned media' (CMS)



Turn Segment Name: General Segment



Turn Segment Name: Family Segment

TURN

Turn Inc. Confidential 24
