



## COMUNICATO STAMPA

### IAB presenta la Guida al Performance Marketing e annuncia il Seminar dedicato

*Realizzata con il contributo del Tavolo di Lavoro, è disponibile online*

Milano, 23 maggio 2016 – **IAB Italia** presenta la Guida al Performance Marketing, ideata nel corso degli ultimi mesi dal Tavolo di Lavoro sul Performance.

Nella sua versione cartacea la Guida sarà distribuita e presentata al **Seminar**, terzo appuntamento dell'anno, che si terrà nella nuova sede dell'Associazione in via Calabiana 6, il prossimo **7 Luglio**.

Il "manuale" dedicato al Performance Marketing parte dalle diverse **definizioni**, per fare chiarezza su uno dei trend più interessanti del panorama dell'Advertising online. La seconda parte è dedicata ai **canali di distribuzione usati**, ai temi dell’Affiliation Marketing, SEM, Display adv, Direct Mailing, Voucher e Cashback, Programmatic, e ai differenti approcci quali la Lead Generation, il Cost per Acquisition, il Cost per Sale e il Cost per Download/Install.

Il documento si interroga anche su come il Performance Marketing possa essere utilizzato per la gestione del funnel in logica end to end, e non solo media, grazie all’efficienza di un risultato quantitativo e tangibile. Chiudono la Guida il **Codice di Condotta**, le regole che garantiscono un processo in grado di fornire al mercato consigli per una prassi ancora più trasparente, oltre a un **Glossario** che presenta i principali termini tecnici.

La Guida è già disponibile online in formato digitale al link [\[link al sito CHE ARRIVA DA GIUSY OGGI POMERIGGIO\]](#), e verrà distribuita al Seminar di luglio in versione cartacea, arricchita con numerose case history per approfondire e creare ulteriori occasioni e opportunità di confronto.

*“La Guida è solo l’inizio di un percorso che l’Associazione ha intrapreso. L’obiettivo del Tavolo di lavoro e del White Paper è rappresentare un punto di riferimento per chi opera nell’affascinante e articolato ambito del performance marketing.”* Ha dichiarato **Paolo Mardegan, Consigliere di IAB Italia**. *“Il testo è volutamente privo di termini troppo tecnici, in modo che sia accessibile a tutti, protagonisti e*



## COMUNICATO STAMPA

*non dell'Advertising online, per promuovere la conoscenza e l'utilizzo di questo efficace strumento".*

Tutti i soci che partecipano al Tavolo di Lavoro hanno contribuito attivamente alle diverse sezioni della Guida: **Paolo Mardegan**, Consigliere **IAB** e Ceo **Perfomedia**; **Sheyla Biasini**, Country Manager Italia **zanox**; **GianMario Boncoddo**, VP Advertising Operations **Beintoo**; **Salvatore Cariello**, Ceo & Founder **Sembox**; **Debora Casalaspro**, Country Manager **NetBooster Agency**; **Stefano Guidi**, Country Manager **Kwanko Italy**; **Stefano Masiero**, Ceo **E-Business Consulting**; **Edoardo Negri**, Head Of Sales Media **Softec & Partner FullSix**; **Marco Fabio Parisi**, **Responsabile** Digital Marketing mercato Business **TIM – Telecom Italia**; **Francesca Pinzone**, Country Manager **Public-Ideas Italia**; **Roberto Siano**, Ceo e Founder **Clickpoint.com**.

Gli argomenti affrontati nella Guida saranno ripresi e approfonditi nel corso del Seminar.

Moderatore della giornata sarà **Marco Montemagno**.

A breve sarà disponibile il link dell'Agenda.

### **Informazioni su IAB Italia:**

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online in Italia ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su Internet a livello mondiale. IAB è il punto di riferimento del settore per quanto riguarda la definizione e l'applicazione degli standard, lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni sul settore, la misurazione e la metrica.

L'obiettivo di IAB Italia è quello di contribuire allo sviluppo del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi nel nuovo media. Oltre a importanti attività di divulgazione dell'informazione, IAB Italia è particolarmente impegnato nel campo della definizione della metrica e della misurazione dei siti web, nella certificazione del fatturato dell'online advertising e nelle attività di ricerca.

IAB Italia fa inoltre parte del network IAB Europe, la federazione europea nata per favorire lo sviluppo del mercato dei media interattivi e il corretto sviluppo di questo settore nell'industria della comunicazione in Europa

### **Ufficio stampa IAB ITALIA**

Maria Abbatescianni – [maria.abbatescianni@bm.com](mailto:maria.abbatescianni@bm.com)

Alessia Quaglio – [alessia.quaglio@bm.com](mailto:alessia.quaglio@bm.com)

Burson Marsteller

Tel. 02 721431