

## Come si fa pubblicità su Amazon? Lo spiegano UPA e Xingu in un webinar

L'appuntamento, durante il quale verrà illustrato come utilizzare strumenti come Amazon Advertising e Analytics, è in programma il 9 aprile 2020 alle ore 11

di Rosa Guerrieri

06 aprile 2020

UPA, l'Associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, ha deciso di **anticipare al mese di aprile alcune iniziative di formazione riservate ai soci**, per dare continuità di supporto alle aziende, fornire contenuti utili ai manager in questa fase di discontinuità operativa e trattare con un approccio di formazione responsive le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immediato.

La prima iniziativa riguarda un tema sviluppato in collaborazione con **Xingu**, società leader in servizi 100% Amazon Focused, ed è rivolto ai brand che vogliono **esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics**.

L'appuntamento, riservato alle aziende UPA e ai clienti Xingu, è in programma **il 9 aprile 2020 alle ore 11**.

Il webinar vedrà la partecipazione di **Alberto Vivaldelli** Responsabile Digital di UPA, **Mattia Stuani** CEO di Xingu e **Marta De Cunto** Strategy Director di Xingu (per maggiori informazioni, si può scrivere all'indirizzo [info@xingu.tech](mailto:info@xingu.tech)).

# COME UTILIZZARE AMAZON: PARTIRE DALL'EMERGENZA PER NON PERDERE LE OPPORTUNITÀ DI DOMANI!

**9 APRILE 2020, ORE 11**

Speaker:

**ALBERTO VIVALDELLI**  
Responsabile Digital UPA

**MATTIA STUANI**  
CEO - Xingu

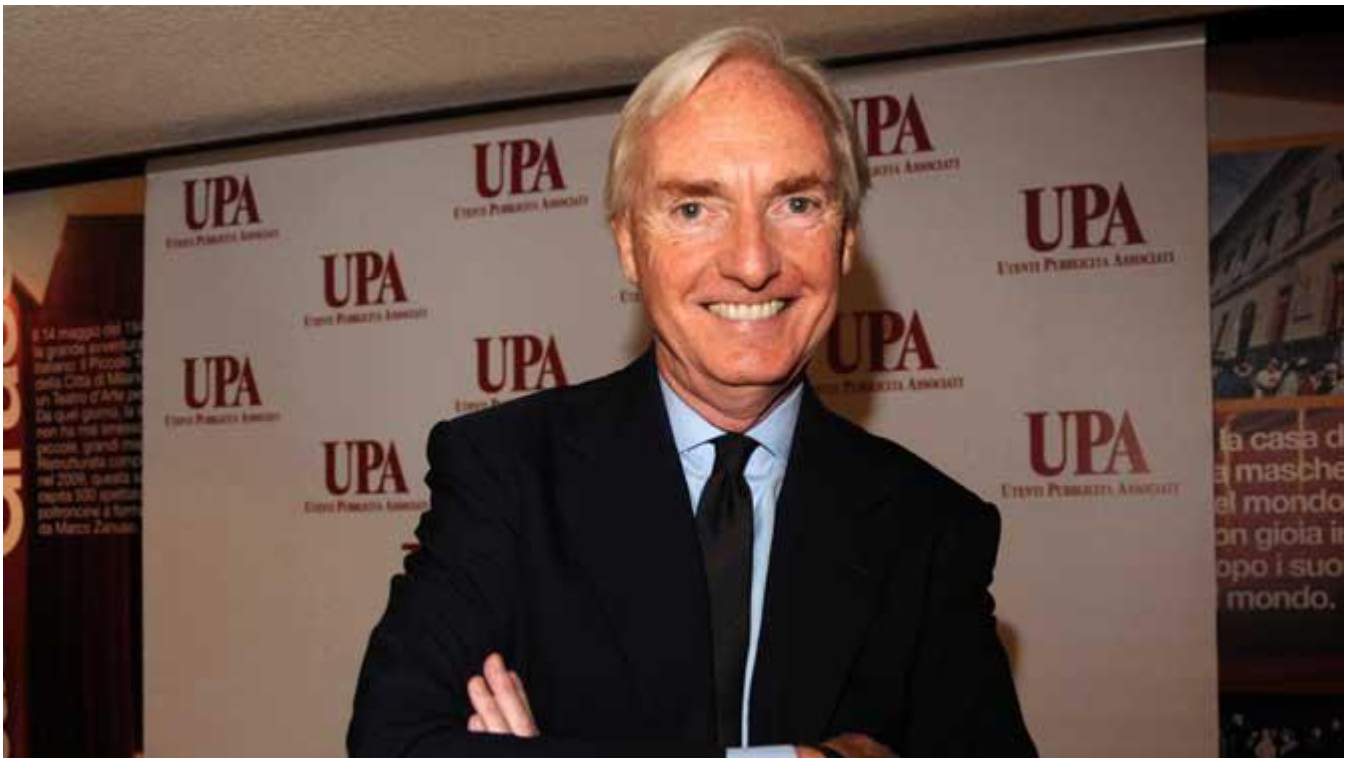
**MARTA DE CUNTO**  
Strategy Director - Xingu

**UPA**  
UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

**XINGU**  
100% AMAZON FOCUS

«Amazon sta modificando il modo di fare acquisti e anche alla luce dello scenario attuale diventa un canale chiave per il successo di un'azienda – commenta Stuani -. La crescita dell'utilizzo dell'e-commerce, oggi dettata dalla necessità e della paura, sta facendo entrare Amazon nelle case degli italiani, aumentando così il numero di clienti digitali che, una volta finita l'emergenza, in parte rimarranno fedeli o saranno, in ogni caso, più propensi al confronto tra i diversi canali distributivi. Entrare nel più grande marketplace online ed essere in grado di emergere diventa sempre più difficile. Affrontare la giungla di Amazon richiede competenza, lo sviluppo di strumenti innovativi nella data analysis e un occhio esperto nella creazione dei contenuti per un canale specifico. In questo webinar si parlerà della **crescita attuale del canale a partire dal cambiamento delle abitudini di spesa creatosi con l'emergenza sanitaria legata al Covid-19, di come funziona il mondo Amazon e delle opportunità advertising partendo dagli strumenti di awareness**. Ci dedicheremo infine alla lettura dei dati, per fare chiarezza e ordine, tra le diverse fonti e le diverse tipologie».

Ulteriori corsi di formazione di UPA, con una partecipazione interamente da remoto o mista, a seconda di come evolverà la situazione del Paese, seguiranno su questo e altri temi, con diversi partner, come spiega Vivaldelli: «L'obiettivo dei corsi è quello di fornire alle aziende alcuni spunti utili per riorientare i loro investimenti pubblicitari in questo periodo di crisi dei consumi, piuttosto che semplicemente bloccarli o rimandarli a tempi migliori. A maggio nel frattempo partirà regolarmente la seconda edizione del **Master UPA in Data Science per la Comunicazione Commerciale**, che prevede fra l'altro per la prima volta la presenza di un rappresentante di Xingu tra i docenti, oltre alla conferma di Google e Omnicom Media Group come partner, affiancati quest'anno da Webranking».



UPA anticipa le iniziative di formazione riservate ai soci nel mese di aprile. Si parte con Xingu Webinar

Il primo incontro, previsto per il 9 aprile alle 11, riguarda un tema sviluppato in collaborazione con Xingu, società specializzata in servizi 100% Amazon Focused, ed è rivolto ai Brand che vogliono esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics. Interverranno Alberto Vivaldelli, Responsabile Digital UPA Mattia Stuani CEO Xingu e Marta De Cunto Strategy Director Xingu.

**UPA**, l'Associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, ha deciso di anticipare alcune iniziative di formazione riservate ai soci al mese di aprile, per dare continuità di supporto alle aziende, fornire contenuti utili ai manager in questa fase di discontinuità operativa e trattare con un approccio di formazione responsive le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immediato.

In foto: **Lorenzo Sassoli de Bianchi**, Presidente UPA

La prima iniziativa riguarda un tema sviluppato in collaborazione con **Xingu**, società specializzata in servizi 100% **Amazon Focused**, ed è rivolto ai Brand che vogliono esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics.

L'appuntamento, riservato alle aziende UPA e ai clienti Xingu, è in programma il **9 aprile 2020 alle ore 11**. Per maggiori informazioni [info@xingu.tech](mailto:info@xingu.tech)

Speaker:

**Alberto Vivaldelli**, Responsabile Digital, UPA

**Mattia Stuani** CEO, Xingu

**Marta De Cunto** Strategy Director, Xingu

“Amazon sta modificando il modo di fare acquisti e anche alla luce dello scenario attuale diventa un canale chiave per il successo di un’azienda. La crescita dell'utilizzo dell' e-commerce, oggi dettata dalla necessità e della paura, sta facendo entrare Amazon nelle case degli italiani, aumentando così il numero di clienti digitali che, una volta finita l'emergenza, in parte rimarranno fedeli o saranno, in ogni caso, più propensi al confronto tra i diversi canali distributivi. Entrare nel più grande marketplace online ed essere in grado di emergere diventa sempre più difficile. Affrontare la giungla di Amazon richiede competenza, lo sviluppo di strumenti innovativi nella data analysis e un occhio esperto nella creazione dei contenuti per un canale specifico. In questo webinar si parlerà della crescita attuale del canale a partire dal cambiamento delle abitudini di creatosi con l'emergenza sanitaria legata al COVID-19, di come funziona il mondo Amazon e delle opportunità advertising partendo dagli strumenti di awareness. Ci dedicheremo infine alla lettura dei dati, per fare chiarezza e ordine, tra le diverse fonti e le diverse tipologie”, ha dichiarato **Mattia Stuani**, CEO di Xingu.

“Ulteriori corsi di formazione dell’associazione, con una partecipazione interamente da remoto o mista, a seconda di come evolverà la situazione del Paese, seguiranno su questo e altri temi, con diversi partner. L’obiettivo dei corsi è quello di fornire alle aziende alcuni spunti utili per riorientare i loro investimenti pubblicitari in questo periodo di crisi dei consumi, piuttosto che semplicemente bloccarli o rimandarli a tempi migliori. A maggio nel frattempo partirà regolarmente la seconda edizione del Master UPA in Data Science per la Comunicazione Commerciale, che prevede fra l’altro per la prima volta la presenza di un rappresentante di Xingu tra i docenti, oltre alla conferma di Google e Omnicom Media Group come partner, affiancati quest’anno da Webranking”, ha dichiarato **Alberto Vivaldelli**, Responsabile digital di UPA.



## Mercato UPA presenta il webinar con Xingu sugli strumenti Amazon Advertising e Analytics

È la prima di alcune iniziative di formazione riservate ai soci nel mese di aprile, per dare continuità di supporto alle aziende, fornire contenuti utili ai manager e trattare le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immediato



Alberto Vivaldelli

**U**PA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, ha deciso di anticipare alcune iniziative di formazione riservate ai soci al mese di aprile, per dare continuità di supporto alle aziende, fornire contenuti utili ai manager in questa fase di discontinuità operativa e trattare con un approccio di formazione responsive le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immediato. La prima

iniziativa riguarda un tema sviluppato in collaborazione con Xingu, società leader in servizi 100% Amazon Focused, ed è rivolto ai brand che vogliono esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics. L'appuntamento, riservato alle aziende UPA e ai clienti Xingu, è in programma il 9 aprile 2020 alle ore 11. Per maggiori informazioni [info@xingu.tech](mailto:info@xingu.tech). Speaker: Alberto Vivaldelli, Responsabile Digital, UPA; Mat-

tia Stuani CEO, Xingu; Marta De Cunto Strategy Director, Xingu.

### I commenti

"Amazon sta modificando il modo di fare acquisti e anche alla luce dello scenario attuale diventa un canale chiave per il successo di un'azienda. La crescita dell'utilizzo dell'e-commerce, oggi dettata dalla necessità e della paura, sta facendo entrare Amazon nelle case degli italiani, aumentando così il numero di clienti digitali che, una

volta finita l'emergenza, in parte rimarranno fedeli o saranno, in ogni caso, più propensi al confronto tra i diversi canali distributivi. Entrare nel più grande marketplace online ed essere in grado di emergere diventa sempre più difficile. Affrontare la giungla di Amazon richiede competenza, lo sviluppo di strumenti innovativi nella data analysis e un occhio esperto nella creazione dei contenuti per un canale specifico. In questo webinar si parlerà della crescita attuale del canale a partire dal cambiamento delle abitudini di creatosi con l'emergenza sanitaria legata al COVID-19, di come funziona il mondo Amazon e delle opportunità advertising partendo dagli strumenti di awareness. Ci dedicheremo infine alla lettura dei dati, per fare chiarezza e ordine, tra le diverse fonti e le diverse tipologie", ha dichiarato Mattia Stuani, CEO di Xingu. "Ulteriori corsi di formazione dell'associazione, con una partecipazione interamente da remoto o mista, a seconda di come evolverà la situazione del Paese, seguiranno su questo e altri temi, con diversi partner. L'obiettivo dei corsi è quello di fornire alle aziende alcuni spunti utili per riorientare i loro investimenti pubblicitari in questo periodo di crisi dei consumi, piuttosto che semplicemente bloccarli o rimandarli a tempi migliori. A maggio nel frattempo partirà regolarmente la seconda edizione del Master UPA in Data Science per la Comunicazione Commerciale, che prevede fra l'altro per la prima volta la presenza di un rappresentante di Xingu tra i docenti, oltre alla conferma di Google e Omnicom Media Group come partner, affiancati quest'anno da Webanking", ha dichiarato Alberto Vivaldelli, Responsabile digital di UPA.



## Appuntamenti UPA e Xingu: webinar su come utilizzare Amazon al meglio



MATTIA STUANI

UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, ha deciso di anticipare alcune iniziative di formazione riservate ai soci al mese di aprile, per dare continuità di supporto alle aziende, fornire contenuti utili ai manager in questa fase di discontinuità operativa e trattare con un approccio di forma-

zione responsive le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immediato. La prima iniziativa riguarda un tema sviluppato in collaborazione con Xingu, società leader in servizi 100% Amazon Focused, ed è rivolto ai brand che vogliono esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics. L'appuntamento, riservato alle aziende UPA e ai clienti Xingu, è in programma il 9 aprile 2020, alle ore 11. Per maggiori informazioni: [info@xingu.tech](mailto:info@xingu.tech). Gli speaker: Alberto Vivaldelli, Responsabile Digital UPA; Mattia Stuani, Ceo di Xingu; Marta De Cunto, Strategy Director di Xingu.

Il meeting sarà il prossimo 9 aprile, alle ore 11. Gli speaker: Alberto Vivaldelli, Responsabile Digital dell'associazione; Mattia Stuani, Ceo, e Marta De Cunto, Strategy Director, di Xingu

### L'OBIETTIVO DEI CORSI

"Ulteriori corsi di formazione proposti dall'associazione, con una partecipazione interamente da remoto oppure mista, a seconda di come evolverà la situazione del Paese sul fronte dell'emergenza, seguiranno su questo e altri temi, con la presenza di diversi partner. L'obiettivo dei corsi è quello di fornire alle aziende alcuni spunti utili per riorientare i loro investimenti pubblicitari in questo periodo di crisi dei consumi, piuttosto che

semplicemente bloccarli o rimandarli a tempi migliori. A maggio, nel frattempo, partirà regolarmente la seconda edizione del Master UPA in Data Science per la Comunicazione Commerciale, che prevede, fra l'altro, per la prima volta, la presenza di un rappresentante di Xingu tra i docenti, oltre alla conferma di Google e Omnicom Media Group come partner, affiancati quest'anno da Webranking", ha dichiarato Alberto Vivaldelli, Responsabile digital di UPA.

## Mercato I "casual games" firmati Azerion arrivano su Libero Fun

In Italia il fenomeno si sta sempre più affermando e la sigla, forte della sua competenza, è un pioniere del settore e sta aprendo la strada a nuove modalità e soluzioni



CARLO POSS,  
COUNTRY  
MANAGER ITALY  
DI AZERION

Azerion, uno fra i principali network europei di gaming online e entertainment, è stato scelto da Italiaonline come partner per la realizzazione di Libero Fun, portale interamente dedicato ai giochi gratuiti, semplici e di facile utilizzo. Una soluzione utile e divertente per tutti coloro che desiderano un po' di svago. All'interno del portale Libero Fun, infatti, gli utenti hanno la possibilità di divertirsi e svagarsi grazie ai più famosi casual games firmati Azerion, fruibili gratuitamente in ogni momento e da ogni device.

### IL FENOMENO

In Italia il fenomeno del casual gaming si sta sempre più affermando e Azerion, forte della sua competenza, è un pioniere del settore e sta aprendo la strada a nuove modalità e soluzioni, nonché a nuove opportunità di formati compatibili con tutti gli editori e al tempo stesso tailor-made.

### I NUMERI DEL GRUPPO

A livello globale, l'azienda olandese che crea contenuti e sviluppa giochi e video, raggiunge 1,3 miliardi di visualizzazioni di contenuti

ogni mese. Inoltre, la società sviluppa soluzioni ad tech all'avanguardia in grado di inserire gli annunci nei propri contenuti e in quelli di terze parti. Ogni mese il gruppo olandese registra circa 500 miliardi di transazioni, permettendo ai suoi clienti di raggiungere oltre 350 milioni di utenti unici. In particolare, per quanto riguarda il mercato italiano, Azerion registra quotidianamente quasi 12 milioni di utenti attivi, da desktop e da mobile, per un'audience equilibrata per quanto riguarda il genere (55% femminile e 45% maschile), un'ampia estensione anagrafica (da 16 a oltre 55 anni) e quindi un bacino di utenti con un vasto spettro di interessi.



ITALIA

FORMAZIONE

## Upa anticipa ad aprile alcune iniziative di formazione

*La prima iniziativa è in programma il 9 aprile e riguarda un tema sviluppato in collaborazione con Xingu ed è rivolto ai brand che vogliono esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics*

Upa, l'associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, ha deciso di anticipare alcune iniziative di formazione riservate ai soci al mese di aprile, per dare continuità di supporto alle aziende, fornire contenuti utili ai manager in questa fase di discontinuità operativa e trattare con un approccio di formazione responsive le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immediato. La prima iniziativa riguarda un tema sviluppato in collaborazione con Xingu, società leader in servizi 100% Amazon Focused, ed è rivolto ai brand che vogliono esplorare e approfondire la conoscenza e le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics.

L'appuntamento, riservato alle aziende Upa e ai clienti Xingu, è in programma il 9 aprile 2020 alle ore 11. Per maggiori informazioni [info@xingu.tech](mailto:info@xingu.tech)

Speaker: Alberto Vivaldelli, Responsabile Digital, Upa; Mattia Stuani, ceo, Xingu; Marta De Cunto, strategy director, Xingu.

"Amazon sta modificando il modo di fare acquisti e anche alla luce dello scenario attuale diventa un canale chiave per il successo di un'azienda. La crescita dell'utilizzo dell'e-commerce, oggi dettata

dalla necessità e della paura, sta facendo entrare Amazon nelle case degli italiani, aumentando così il numero di clienti digitali che, una volta finita l'emergenza, in parte rimarranno fedeli o saranno, in ogni caso, più propensi al confronto tra i diversi canali distributivi. Entrare nel più grande marketplace online ed essere in grado di emergere diventa sempre più difficile. Affrontare la giungla di Amazon richiede competenza, lo sviluppo di strumenti innovativi nella data analysis e un occhio esperto nella creazione dei contenuti per un canale specifico. In questo webinar si parlerà della crescita attuale del canale a partire dal cambiamento delle abitudini di creatosi con l'emergenza sanitaria legata al Covid-19, di come funziona il mondo Amazon e delle opportunità advertising partendo dagli strumenti di awareness. Ci dedicheremo infine alla lettura dei dati, per fare chiarezza e ordine, tra le diverse fonti e le diverse tipologie", ha dichiarato Mattia Stuani, ceo di Xingu.

"Ulteriori corsi di formazione dell'associazione, con una partecipazione interamente da remoto o mista, a seconda di come evolverà la situazione del Paese, seguiranno su questo e altri temi, con diversi par-



**Alberto Vivaldelli**

ter. L'obiettivo dei corsi è quello di fornire alle aziende alcuni spunti utili per riorientare i loro investimenti pubblicitari in questo periodo di crisi dei consumi, piuttosto che semplicemente bloccarli o rimandarli a tempi migliori. A maggio nel frattempo partirà regolarmente la seconda edizione del Master Upa in Data Science per la Comunicazione Commerciale, che prevede fra l'altro per la prima volta la presenza di un rappresentante di Xingu tra i docenti, oltre alla conferma di Google e Omnicom Media Group come partner, affiancati quest'anno da Webranking", ha dichiarato Alberto Vivaldelli, responsabile digital di Upa.

**ASSOCIAZIONI**

## Upa supporta le aziende focalizzandosi sui temi più attuali. Si parte con il webinar di Xingu

Upa ha deciso di anticipare ad aprile alcune iniziative di formazione per i soci, per dare continuità di supporto alle aziende e fornire contenuti utili ai manager in questa fase di discontinuità operativa con le tematiche di comunicazione di maggior urgenza nell'immedia-

to. La prima iniziativa riguarda un tema sviluppato con Xingu, società leader in servizi 100% Amazon Focused, rivolto ai brand che intendono approfondire le opportunità degli strumenti Amazon Advertising e Analytics. L'appuntamento, riservato alle aziende Upa

e ai clienti Xingu, è per il 9 aprile alle ore 11 (per info in-fo@xingu.tech). Speaker Alberto Vivaldelli, responsabile digital Upa; Mattia Stuani ceo Xingu; Marta De Cunto strategy director Xingu. Amazon sta modificando il modo di fare acquisti e alla luce dello scenario

attuale è un canale chiave per il successo di un'azienda. Nel webinar si parlerà della crescita attuale del canale, delle abitudini create con l'emergenza sanitaria legata al Covid-19, di come funziona il mondo Amazon e delle opportunità advertising degli strumenti di awareness.

**CAMPAGNE**

## Per Pasqua Il Viaggiator Goloso lancia la campagna digital "Il miglior ristorante è casa tua"

Il Viaggiator Goloso, uno dei marchi commerciali dell'insegna Unes, celebra la voglia di convivialità, con la nuova campagna digital "Il miglior ristorante è casa tua", firmata da Yam112003 e online dal 3 aprile. Video apertivi, cene a distanza e brindisi virtuali sono diventati il nuovo modo per condividere il piacere della tavola, anche se lontani. La campagna, declinata sulle

piattaforme digitali, mostra il piacere di stare a tavola, assaporando piatti gustosi e creativi senza dover uscire di casa grazie ai prodotti de il Viaggiator Goloso che "racconteranno" situazioni di vita diverse e in occasione della Pasqua, selezionati influencer prepareranno un menù completo, dall'antipasto al dolce, per celebrare al meglio anche questa Pasqua un po' insolita.



**AZIENDE**

## Il progetto social(e) di Gas dà voce alla creatività e alla condivisione, anche a casa

Il brand italiano Gas lancia la creative call #GAScreativeInside che invita tutti gli utenti della rete a trasformare l'isolamento in un'opportunità per cambiare e creare un futuro migliore. Chiunque potrà partecipare pubblicando sui propri profili social una foto, un video o un'immagine per raccontare come sta trasformando la propria vita in qualcosa di extra-ordinario, inserendo il tag @gasjeans e gli hashtag #GAScreativeInside #ioestoa casa #gasjeans. Unica regola: utilizzare nel contenuto due elementi distintivi del brand: un arcobaleno e il colore blu denim, da interpretare in assoluta libertà. Per coinvolgere altri creativi del proprio network, basta aggiungere "I call my visionary friend" seguita dal suo nickname sul social che



si sta usando. Gas rilancerà i migliori contenuti che saranno raccolti nella mostra digitale #gascreativeinside.

