

**Con Amazon Marketing Cloud, Next Commerce
porta l'analisi dei dati di campagna ad un nuovo livello.**
*È ora possibile tracciare per i Clienti l'intera customer journey,
ottimizzando i budget con la messa a fattor comune di tutti gli insight,
sia da pianificazioni off line che online.*

Milano, 15 Luglio 2022 –

Amazon Advertising ha da poco rilasciato anche in Italia **Amazon Marketing Cloud (AMC)**, la nuova soluzione olistica di misurazione e analisi dell'efficacia delle campagne pubblicitarie, sia Search che DSP, che permette agli inserzionisti di **analizzare con estrema facilità e precisione i dati**, andando ben oltre i classici parametri di misurazione pubblicitaria. AMC offre quindi la possibilità di avere dati aggregati completi, che permettano di **tracciare l'intera customer journey dell'utente** andando a valorizzare l'apporto che ciascun mezzo dà al raggiungimento dell'obiettivo finale.

Gli inserzionisti sono sempre più attenti all'allocazione del budget pubblicitario e bisognosi di strumenti di misurazione che consentano l'ottimizzazione dei risultati, restituendo insight tangibili e facilmente interpretabili. Per rispondere a questa esigenza, **Next Commerce ha attivato AMC su ogni cliente, raggiungendo da febbraio 2022 oltre 60 istanze attive e attraverso NextOne**, la piattaforma proprietaria del gruppo Next 14 raccoglie, analizza ed aggrega dati di campagna a dati sul comportamento dell'utente in maniera totalmente anonima, **unendo i mondi online e offline e fornendo insight unici per l'ottimizzazione del piano media complessivo.**

Questo permette di offrire ai Clienti la possibilità di:

Raggiungere segmenti di pubblico incrementale tramite l'analisi profonda delle audience, creando sempre nuovi cluster di utenti;

Sviluppare modelli di attribuzione personalizzati per calcolare la copertura ottimale del target, definendo una corretta OTS così da massimizzare l'efficacia della campagna sia in termini di copertura che di ritorno sull'investimento

Misurare l'apporto della pianificazione display e video in programmatic, in ottica di approccio **full funnel**, come assist all'incremento dell'efficacia delle campagne Search e di crescita delle ricerche organiche



"Siamo orgogliosi di essere pionieri nell'utilizzo di questa innovativa tecnologia pubblicitaria che, grazie anche al prezioso supporto dei nostri Data Scientist in ambito AWS, ci permette di offrire ai nostri clienti una soluzione all'avanguardia, capace di mettere a fattor comune i dati e gli insight provenienti da tutte le pianificazioni media, sia on che off line, al fine di creare un modello di attribuzione complessivo in grado di valorizzare l'apporto di ogni mezzo di comunicazione al raggiungimento dei diversi KPI"
- **Marcella Ruta**, Head of Digital Media – Next Commerce)

About Next Commerce

Next Commerce, parte del gruppo Next 14 e Advanced Partner di Amazon, è una realtà agile e fortemente imprenditoriale capace di accompagnare le aziende nelle nuove sfide di marketing introdotte da dati, automazione e cambiamenti culturali dei consumatori, anticipando i trend pienamente visibili oggi ed investendo nelle tecnologie necessarie per comprenderli.

About Next 14

Next 14 è un nuovo modello di Agenzia, leader nelle marketing technologies, che unisce dati e creatività, fisico e digitale. Attraverso le unit Media, Strategy, Studios, Commerce e Publisher, che presidiano le aree più strategiche del marketing contemporaneo, offre ai Clienti progetti e soluzioni che restituiscono risultati concreti e misurabili. Con circa 35 milioni di euro di fatturato, è attiva in Italia e Spagna.

Ufficio Stampa

Chiara Bardellotto

chiara.bardellotto@next14.com

M: +39 342 7478221