

# COMUNICATO STAMPA

## Unieuro e DigiTouch misurano l'impatto degli annunci online sugli acquisti offline grazie ad AdWords

*193 campagne di branding locali e soluzioni di misurazione delle visite in negozio con il targeting geografico di AdWords: il 9% dei clic da dispositivi mobili ha generato visite in negozio nei successivi 30 giorni.*

**MILANO, 12 Settembre 2016** – **Unieuro**, insegna leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici, e il suo partner **Gruppo DigiTouch**, quotato sul mercato AIM Italia e Premier Partner di **Google** specializzato nel digital marketing, hanno elaborato una nuova strategia di marketing per il motore di ricerca. Gli obiettivi erano migliorare la share of voice del brand nel mercato italiano dell'elettronica di consumo e sfruttare l'effetto della ricerca online e degli acquisti offline per incrementare il numero delle vendite in negozio in un modo misurabile.

Il digital team di Unieuro ha utilizzato il targeting geografico di AdWords per impostare e misurare le visite in negozio correlate a 193 campagne di branding locali diverse, ognuna incentrata su aree specifiche e inventari locali pertinenti. Dopo aver definito il pubblico e i segmenti da usare per il targeting, il team ha misurato il contributo del marketing sulla Search di Google non solo sugli ordini online, ma anche sulle visite ai negozi fisici e sugli acquisti in negozio analizzando i tassi di conversione nei negozi locali e le dimensioni medie dei carrelli offline.

La misurazione delle visite in negozio tramite AdWords rappresenta una grande opportunità per valutare il ritorno sull'investimento di Unieuro per dispositivi mobili, tablet e computer desktop. La tecnologia associa un clic su un annuncio della rete di ricerca di un utente - che abbia effettuato l'accesso e attivato la condivisione della cronologia delle posizioni - alla sua visita a un negozio fisico. I dati vengono quindi aggregati e registrati in modo anonimo.

Dai risultati è emerso che le campagne basate su dati di geolocalizzazione e ottimizzate per i dispositivi mobili hanno generato **1.100.000 visite mensili al sito web e 57.000 visite mensili ai negozi fisici**, mentre **il 7,5% dei clic a pagamento ha generato visite in negozio nei successivi 30 giorni. I risultati relativi agli utenti di dispositivi mobili sono stati addirittura migliori, con una percentuale media di visite in negozio del 9% o addirittura del 17% per alcune campagne.** Dai dati interni di Unieuro sui tassi di conversione in negozio, è emerso che questa attività ha generato circa 15.360 visite in negozio durante le quali sono stati acquistati prodotti.

«La nostra Business Unit ha accolto con grande entusiasmo questa opportunità» commenta Bruna Olivieri, Digital Director di Unieuro «perchè si inserisce perfettamente nella strategia digitale del Gruppo che, attraverso molteplici progetti, persegue come obiettivo l'integrazione tra online e offline, per garantire al cliente un'esperienza unica di Marca», afferma Bruna Olivieri, Digital Business Unit Director

«Abbiamo accolto subito con interesse la possibilità di lavorare in modo innovativo con AdWords», conclude Enzo Panetta, Digital Marketing Manager di Unieuro «Scoprire che alcune campagne online si

sono tradotte in uno store visit rate del 17% ci permette di tarare al meglio la nostra strategia di marketing integrata e di misurarne tempestivamente il valore».

«Siamo molto contenti di aver potuto offrire a Unieuro l'opportunità di sperimentare una tecnologia innovativa ad alto valore aggiunto e la possibilità di mostrare l'efficacia dell'advertising online come leva sulle vendite. Avere la dimostrazione tangibile che la strategia digital da noi curata produca un ritorno concreto in termini di visite in negozio e di vendite è stata per noi una grande soddisfazione. Questo progetto per Unieuro è un frutto delle sinergie create all'interno del Gruppo DigiTouch, in quanto Unieuro è un cliente portato in dote da E3, l'agenzia acquisita a luglio 2015» commenta Daniela Robba, Head of DigiTouch Agency, l'agenzia del Gruppo DigiTouch che ha curato il progetto

«È una soddisfazione vedere come il supporto del nostro team abbia permesso di definire la strategia di marketing digitale più efficace. Lo stretto rapporto tra annunci online e visite in negozio dimostra in particolare che l'impatto economico di internet, anche in Italia, va ben oltre i classici canali dell'e-commerce», afferma Andrea Bonucci, Head of Marketing Solutions, Google

\*\*\*

## BREVE DESCRIZIONE DI UNIEURO, DIGITOUCH AGENCY E DEL GRUPPO DIGITOUCH

**Unieuro**, insegna che opera nel settore della distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici, la cui ragione sociale è SGM Distribuzione, è partecipata al 70% dal fondo di private equity Rhone Capital, al 15% da Dixons Retail e per il restante 15% dalla famiglia Silvestrini e dal Management. A oggi la rete di punti vendita dell'azienda conta 463 store, di cui 283 affiliati, su tutto il territorio nazionale. Per maggiori informazioni: Ufficio Stampa Unieuro, FIRST CLASS PR, Via Manin, 13 – 20121 Milano, Tel.: 02 92871588, [simona.dondina@firstclasspr.it](mailto:simona.dondina@firstclasspr.it)

**DigiTouch Agency**, tech-driven digital marketing strategies, è l'agenzia storica del **Gruppo DigiTouch**. Attiva sul mercato italiano dal 2007, ha un ricco portfolio di clienti diretti di medie e grandi dimensioni e appartenenti a diversi settori, tra i quali il finance, le utilities e il retail. Propone soluzioni advertising innovative ed efficaci grazie all'adozione di un approccio strategico ad-tech. DigiTouch Agency offre servizi di strategic consulting, integrated digital planning, data management e content marketing. Guidata da Daniela Robba, l'agenzia ha sede a Milano e conta un team di 30 specialisti nel digital marketing. Per maggiori informazioni visitare [www.gruppodigitouch.it/digitouch-agency](http://www.gruppodigitouch.it/digitouch-agency)

Il **Gruppo DigiTouch** è il primo AdTech Group in Italia e uno dei principali player indipendenti italiani attivo nel digital marketing, quotato sul Mercato AIM Italia dal 16 marzo 2015. Nato nel 2007, il Gruppo DigiTouch è oggi a capo di quattro agenzie (DigiTouch Agency, Performedia, E3 e Optimized Group), dall'agency trading desk DAPcenter, della piattaforma di mobile data profiling e analytics Audiens e dei vertical MutuiPerLaCasa.com e Autoandplus.com. Fondato e gestito da pionieri del mercato web e mobile Europeo, già protagonisti di note iniziative di successo come Buongiorno, Glamoo, OneBip e Neo Network, il Gruppo DigiTouch conta quasi 100 dipendenti. Per maggiori informazioni visitare [www.gruppodigitouch.it](http://www.gruppodigitouch.it)

Ticker: DGT, Codice ISIN azioni ordinarie DIGITOUCH: IT0005089476, Codice ISIN obbligazioni convertibili DIGITOUCH 2015/2020: IT0005089864

\*\*\*

## Contatti

### EMITTENTE

#### **DigiTouch S.p.A.**

Viale Vittorio Veneto 22 - 20124 Milano

E-mail: [investor.relator@digitouch.it](mailto:investor.relator@digitouch.it)

Tel: +39 02 89295100

Veronica Maccani, *Investor Relator e Responsabile  
Comunicazione e Marketing,*

[veronica.maccani@digitouch.it](mailto:veronica.maccani@digitouch.it)

### INVESTOR RELATIONS

#### **IR TOP Consulting**

Via C. Cantù, 1 - 20123 Milano

E- mail: [ir@irtop.com](mailto:ir@irtop.com)

Tel: +39 02 45473884

Floriana Vitale, *Investor Relations*

Domenico Gentile, *Financial and Media Relations*

### NOMAD

#### **EnVent Capital Markets Ltd.**

25 Saville Row - W1S 2ER London

Paolo Verna

E-mail: [pverna@enventcapitalmarkets.uk](mailto:pverna@enventcapitalmarkets.uk)

### SPECIALIST

#### **Intermonte SIM S.p.A.**

Corso Vittorio Emanuele II, 9 - 20122 Milano

Patrizia Rossi

Tel: +39 02 77115320-7

### GOOGLE

#### **Ufficio Stampa**

Andrea Cristallini - [acristallini@google.com](mailto:acristallini@google.com)

### UNIEURO

#### **Ufficio Stampa**

Simona Dondina - First Class PR - [simona.dondina@firstclasspr.it](mailto:simona.dondina@firstclasspr.it)