
Indice

Ringraziamenti	pag.	9
Introduzione		11
Gli strumenti del mestiere	»	11
La pubblicità digitale e tradizionale oggi	»	14
Il marketing digitale “consolidato”	»	17
Privacy e “Cookie Apocalypse”	»	20
La pubblicità potenziata	»	21
1. Intelligenza Artificiale e personalizzazione		25
1.1. Dati e Intelligenza Artificiale nel marketing automation	»	25
1.2. Analisi e segmentazione dati utenti	»	28
1.3. Automazione dei flussi di comunicazione e campagne personalizzate	»	30
1.4. Tecniche di personalizzazione	»	33
1.5. Creare grafica e video con AI	»	36
1.6. Intelligenza Artificiale e Prediction	»	38
1.7. Bilanciare automazione e tocco umano	»	42
1.8. Costruire relazioni di lungo termine	»	44
2. E-commerce e social media		48
2.1. L'ascesa degli e-commerce	»	48
2.2. Nuove strategie di vendita	»	51
2.3. Il marketing omnichannel	»	53
2.4. Dati first-party ed esperienza e-commerce	»	58
2.5. Flussi creati con AI	»	60
2.6. I social come canale di marketing	»	63
2.7. Piattaforme social strategiche (Instagram, TikTok)	»	65

2.8. Nuovi formati Adv Social	pag.	69
2.9. Engagement e dati di prima parte	»	71
2.10. Influencer e creator	»	74
2.11. Autenticità e trasparenza	»	76
2.12. Pubblicità potenziata per prodotti	»	78
2.13. KPI e ROI	»	80
3. L'era della Connected TV		84
3.1. Crescita della Connected TV (CTV)	»	84
3.2. Dati e trend di mercato	»	86
3.3. Connected TV vs TV tradizionale	»	87
3.4. Nuove strategie pubblicitarie per la CTV	»	90
3.5. Targeted advertising e KPI	»	93
3.6. Vantaggi per brand e inserzionisti	»	97
4. Data monetization		99
4.1. Monetizzazione dei dati	»	99
4.2. I rischi della commercializzazione dei dati	»	102
4.3. Audience exchange e data marketplace	»	104
4.4. Governance dei dati e privacy	»	106
4.5. Nuove sfide e opportunità per brand, agenzie e publisher	»	108
5. Conclusioni		111
5.1. Il futuro del marketing digitale	»	111
5.2. I pubblicitari potenziati	»	113
5.3. Come prepararsi al cambiamento	»	115
5.4. Il segreto per il successo	»	117
Conclusione	»	122
Bibliografia ragionata		123
L'autore		125