



EVENTI

AUTORE: REDAZIONE

23/10/2024

Matteo Flora aprirà il "GA4 Summit 2024": scenari futuri, trend e insight chiave nel marketing analytics

Dati e tendenze di mercato relativi ad AI e mktg, budget advertising, deprecazione dei cookies di terze parti e ad spending globale



Matteo Flora e Matteo Zambon

Matteo Flora sarà lo special guest della seconda edizione del **GA4 Summit**, il maggiore evento internazionale su **Google Analytics 4** per il marketing e l'advertising (in scena il 25 e 26 ottobre, a Bologna). Imprenditore e divulgatore, docente di Corporate Reputation e fondatore di **The Fool**, la società leader nella reputazione e co-fondatore dello studio legale **42 Law Firm** e ideatore dell'apprezzata video-rubrica informativa "Ciao, Internet!", Matteo Flora, insieme **Matteo Zambon**, **beta** e **alpha tester di Google**, co-founder di **Tag Manager Italia**, accenderà i riflettori sul presente e sul futuro di GA4, della marketing analytics e dell'ad spending nel mercato globale. Oltre a Matteo Flora, confermata la presenza anche della super host del Summit 2024, **Marianna Chillau** (CEO di **Marlene Live**, presidente dell'associazione **4eCom** e imprenditrice con oltre 15 anni di esperienza in ambito e-commerce e digital marketing), che dialogherà insieme a **Roberto Guiotto** (co-founder e CMO di **Tag Manager Italia**) circa gli scenari e le prospettive sull'utilizzo di GA4 per il marketing e l'advertising, tra costi, benefici e ritorno sull'investimento.

Budget e costi

La spesa in digital advertising in Italia ha toccato i 5,9 miliardi di euro nel 2024, cifra destinata ad aumentare fino a 7,6 miliardi di euro entro il 2028. Un trend di crescita trainato, in particolare, dalle pubblicità online sulle piattaforme video (42%) (per esempio, YouTube), sui motori di ricerca (40%) e sulle piattaforme di social media (34%). Sebbene il tasso di crescita sia meno esponenziale rispetto a quello registrato durante il periodo pandemico (+19,6% tra il 2021 e il 2022), l'aumento dell'ad spending del mercato italiano nell'anno 2023-2024 si è attestato su un +8,4%. Un trend di crescita che promette di mantenere un aumento costante anno su anno (+6,1% medio dal 2024 al 2028. Fonte dati: Statista). Tuttavia, a crescere non sono solamente i budget investiti in campagne advertising, ma anche i costi a livello mondiale sulle principali piattaforme pubblicitarie digitali; un aumento registrato, con particolare evidenza, per il costo per click (+10,4%) e costo per lead (+24,6%) delle campagne di ricerca Google Ads e Microsoft Ads a livello mondiale in 23 mercati differenti tra il 2023 e il 2024. (Fonte: Worldstream.com). L'incremento dei costi dell'advertising non è il solo fattore che ha determinato e determinerà in modo sempre più incisivo cambi di strategia nell'allocazione del budget pubblicitario da parte di aziende ed e-commerce. A causa della progressiva deprecazione dei cookies di terza parte, nell'aprile 2023 circa il 51% dei decision makers di aziende ed e-commerce in Gran Bretagna, ha dichiarato di prevedere un incremento degli investimenti in campagne advertising sul canale direct tv, ossia, piattaforme di contenuti televisivi trasmessi via internet (canali televisivi, live streaming, on-demand, ecc.), e sugli over-the-top, ossia i servizi di streaming di contenuti multimediali trasmessi via internet.

Sfide e opportunità

Come cambieranno le strategie di allocazione del budget pubblicitario in un contesto in cui i costi dell'advertising crescono, il ritorno sull'investimento si abbassa e i cookie di terza parte vengono progressivamente abbandonati? In che modo GA4 e le strategie di data analytics possono supportare le aziende a tracciare dati numerosi e accurati per mantenere in profitto le proprie campagne su piattaforme advertising diverse? A dare una risposta saranno Matteo Flora e Matteo Zambon durante il keynote speech di apertura dell'evento. Per ulteriori informazioni e per registrarsi all'evento, visitare la pagina <https://ga4summit.it/>.

Dailyonline

Newsco Multimedia srl

Viale Teodorico, 19/2 - 20149
Milano, ROC n. 1886
P. IVA 06418220965

INIZIATIVE EDITORIALI

DailyMedia
DailyNet
DailyMagazine
DailyOnAir

INFORMAZIONI

Abbonamenti
Promozioni
Pubblicità
Media Kit
Contatti

LEGAL

Cookies
Privacy Policy

SEGUICI SUI SOCIAL

