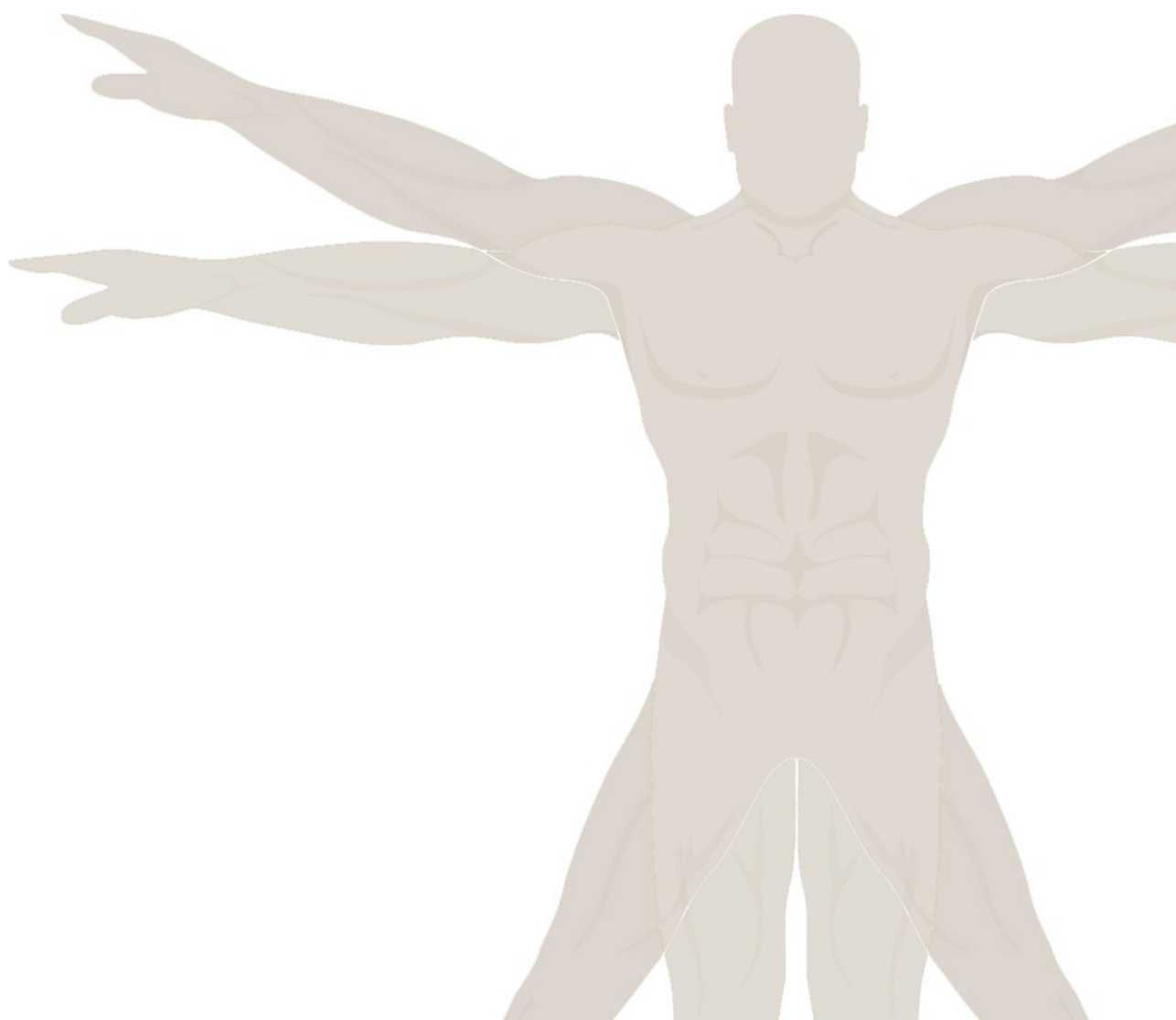


TARGETAVATAR.COM



[MANUALE ADVERTISERS]

Guida pratica alla creazione di annunci contestuali in mondi 3D.

INDICE

1. Introduzione: fare pubblicità in Second Life con il content targeting.
2. Registrazione e Log In
3. Acquistare crediti
4. Creare una campagna di annunci
5. Gestione campagne e reportistica
6. Gestione account
7. Glossario

1. Introduzione: fare pubblicità in Second Life con il content targeting.

Gli **inserzionisti** di annunci contestuali hanno ora la possibilità di utilizzare il più efficiente strumento di pubblicità intelligente in Second Life e mondi simili.

Acquistando pacchetti di crediti è possibile partecipare alle aste sulle parole chiave digitate dagli abitanti del metaverso. Un sistema molto simile a quello adottato dai grandi motori di ricerca, ma che presenta la forza comunicativa tipica dei mondi tridimensionali.

Gli annunci sono generati automaticamente sulla base delle conversazioni che avvengono in chat pubblica. L'inserzionista acquista parole chiave (ad esempio "musica") e quando un avatar digita la parola in chat (ad esempio: "sto ascoltando musica") il sistema gli invia l'annuncio dell'inserzionista con un tasto per caricare la pagina web (URL) o la location (SURL) di destinazione. L'annuncio viene visualizzato in questo modo:



L'inserzionista pagherà l'annuncio se e solo se l'avatar cliccherà sul bottone di caricamento della URL e dell' SURL, mentre non sono previsti costi per le semplici impressions.

Il costo di ogni click è stabilito dal singolo inserzionista, che per ogni parola chiave indicherà quanti crediti intende puntare. Il sistema, per ogni parola chiave, fa partire un'asta tra gli inserzionisti e sceglie per ogni parola chiave l'annuncio su cui è più alta la puntata.

La pagina di destinazione viene visualizzata in questo modo:



Soltanto dopo che la pagina di destinazione sarà stata caricata, i relativi crediti verranno scalati dall'account dell'inserzionista.

La contestualità dell'annuncio ed il sistema di pay-per-click fanno di TargetAvatar uno strumento efficace e molto conveniente per praticare campagne pubblicitarie in Second Life.

2. Registrazione e Log In

Iscriversi a TargetAvatar è semplice e veloce.

Per registrarsi è sufficiente compilare il modulo di iscrizione, composto di due parti.

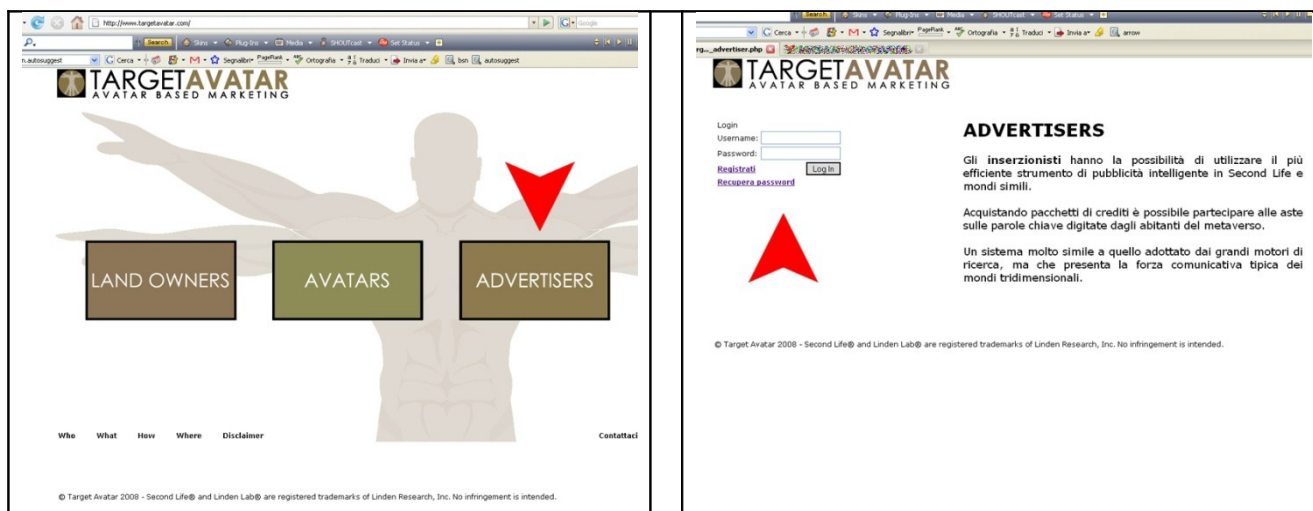
Nella prima viene richiesto di scegliere un nome utente, una password ed un indirizzo di posta elettronica valido su cui ricevere conferma dell'iscrizione e le newsletter di TA.

Nella seconda parte sono richieste informazioni personali quali nome, cognome, ed eventuali dati per la fatturazione dei crediti.

Una volta immessi i dati richiesti, il sistema provvederà ad inviare una mail di conferma con un link per l'attivazione dell'account. Cliccando sul link la procedura di registrazione è conclusa.

Gli account Target Avatar sono unici sia per Advertiser che per Avatar e Land Owner, per consentire una gestione rapida ed efficace per coloro che sono sia inserzionisti che publisher SL.¹

Per effettuare il log in basta accedere alla sezione di interesse (Advertiser) ed inserire nome utente e password.



¹ La gestione dei crediti è invece disgiunta.

3. Acquistare crediti

Per acquistare crediti è sufficiente cliccare sul link "Buy Credits" posto in alto a sinistra e selezionare la quantità di crediti che si desidera. Sono disponibili 4 pacchetti differenti: da 3000, 8000, 17000, 35000 crediti.

E' possibile acquistare crediti in due modi: pagando in euro tramite PayPal (Carte Visa e Postepay sono accettate) oppure in linden dollars presso gli uffici Target Avatar in Second Life (in allegato gli SURL).

4. Creare una campagna di annunci

Per iniziare a creare una campagna annunci cliccare sul link "Create New Campaign".

Step 1. Assegnare alla Campagna un nome ed un budget giornaliero. Il budget giornaliero rappresenta l'importo massimo che siete disposti a spendere per quella singola campagna nell'arco di 24 ore. Una volta terminato il budget giornaliero il sistema bloccherà gli annunci della campagna e le relative keyword fino al giorno seguente.



Benv

Credi
Activ[Buy Credits](#) - [Create New Campaign](#) - [Campaign Reports & Manage](#) - [Account Information](#) - [Set Avat](#)

CREA UNA CAMPAGNA

Nome della Campagna: (*)

Budget Giornaliero (in crediti): (*)



Step 2.

La Campagna è stata creata, ma come vedete in Stato essa è ancora vuota.



Benvenuto, AccountDemo

Crediti: 500
Active Campaigns: 0

Buy Credits - Create New Campaign - Campaign Reports & Manage - Account Information - Set Avatar Key

Logout

Campagna creata

GESTISCI CAMPAGNE

Periodo: Totale

Campagna	Budget Giornaliero	Budget Rimanente	Totale Budget Speso	Stato	Annunci	Impressions	Clicks	CTR
TargetAvatar	100 Crediti	100 Crediti	0 Crediti	Vuota	0	0	0	0 %
Totale Campagne	100 Crediti				0	0	0	0 %

© Target Avatar 2008 - Second Life® and Linden Lab® are registered trademarks of Linden Research, Inc. No infringement is intended.

Mancano cioè annunci e relative keyword. Per inserirle, cliccare sul nome della Campagna (in questo caso TargetAvatar). In questa nuova schermata è possibile Modificare, Bloccare, Cancellare o Creare nuovi Annunci.



Benve

Credit
Active

Buy Credits - Create New Campaign - Campaign Reports & Manage - Account Information - Set Avata

GESTISCI CAMPAGNE

Campagna: TargetAvatar

Per creare il nostro primo annuncio clicchiamo dunque su "Crea Annuncio".

Step 3.

I campi per la creazione dell'annuncio sono 4:

1. Il testo dell'annuncio è il testo che verrà visualizzato dall'utente.
2. Nella URL dell'annuncio va specificato l'indirizzo a cui vengono inviati gli avatar nel momento in cui cliccano l'annuncio. Inserire sempre http://. E' possibile inserire anche SURL per la promozione di land.
3. Le parole chiave dell'annuncio sono quelle parole che, digitate in chat pubblica, attiveranno l'invio dell'annuncio all'avatar. Per inserire più parole chiave separarle andando a capo.
4. Il prezzo massimo di default è una funzione che consente di assegnare a tutte le keyword una puntata base. E' sempre possibile modificare le puntate per ogni singola keyword (si veda paragrafo Gestione campagne e reportistica).



Benvenuto, AccountDemo

Crediti: 500
Active Campaigns: 1

[Buy Credits](#) - [Create New Campaign](#) - [Campaign Reports & Manage](#) - [Account Information](#) - [Set Avatar Key](#)

[Logout](#)

CREA ANNUNCIO

Testo dell'annuncio: (*)

Tutti i concerti dell'estate in Italia. Clicca qui per il calendario di Rockout.

URL dell'annuncio: (*)

http://www.rockout.it

Parole Chiave dell'annuncio: (*)

musica
rock
depeche mode
rolling stone
deep purple
concerti

Per inserire più di una parola chiave separarle andando a capo

Prezzo Massimo di Default: (*)

100

Potrai specificare prezzi specifici per ogni keyword dopo aver creato l'annuncio

A questo punto il vostro annuncio è stato creato, e siete stati indirizzati sulla pagina della sua gestione. Qui potete verificare lo stato di ogni keyword, ed in particolare potete controllare quali delle vostre keyword sono attualmente in emissione (HIGHEST, cioè siete

l'offerente più alto) e quali no (NOT THE HIGHEST). In quest'ultimo caso potete cliccare sul tasto modifica accanto ad ogni Max Bid e portare la vostra puntata ad un livello superiore in modo che torni la più alta.



Benvenuto, AccountDemo

Credits: 500
Active Campaigns: 1

Buy Credits - Create New Campaign - Campaign Reports & Manage - Account Information - Set Avatar Key

Logout

GESTIONE ANNUNCIO

ANNUNCIO:

Tutti i concerti dell'estate in Italia. Clicca qui per il calendario di Rockout. - <http://www.rockout.it>

Periodo:

Keyword	Current Bid	Starting Bid	Max Bid	Status	Unlink	Impressions	Clicks	Ctr
musica	3	2	100 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	1	0	0 %
rock	3	2	100 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
depeche mode	3	2	100 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	1	0	0 %
rolling stone	2	2	100 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
deep purple	2	2	100 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
concerti	2	2	100 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %

Aggiungi parole chiave: (*)

Per inserire più di una parola chiave separarle andando a capo

Vedremo le altre voci dei report nel prossimo paragrafo, dedicato alla Gestione delle Campagne e della Reportistica.

5. Gestione campagne e reportistica

Per gestire e monitorare le campagne di annunci cliccare su Campaign Reports & Manage.

In questa pagina troverete l'elenco di tutte le campagne attivate, con una serie di informazioni disposte in tabella.

Nelle prime colonne sono indicati: il nome di ogni campagna creata, il budget giornaliero assegnato, il budget rimanente in quella giornata, ed il totale speso per quella campagna. Lo stato della campagna indica come abbiamo visto se la campagna è attiva o vuota. La colonna successiva indica quanti annunci sono presenti in quella campagna. Le ultime tre colonne indicano invece quante impression e quanti click hanno ricevuto gli annunci della campagna, ed il relativo tasso di conversione.



Benvenuto,

Crediti: 9810

Active Campaigns: 7

Buy Credits - Create New Campaign - Campaign Reports & Manage - Account Information - Set Avatar Key Logout

GESTISCI CAMPAGNE

Periodo:

Campagna	Budget Giornaliero	Budget Rimanente	Totale Budget Speso	Stato	Annunci	Impressions	Clicks	CTR
Fisciano.com	50 Crediti	50 Crediti	6 Crediti	Attiva	1	29	3	10.34 %
Libri-Universitari.com	200 Crediti	200 Crediti	8 Crediti	Attiva	2	40	4	10 %
Mondobasket	100 Crediti	100 Crediti	24 Crediti	Attiva	1	83	12	14.46 %
NINSEI	100 Crediti	100 Crediti	6 Crediti	Attiva	1	46	3	6.52 %
Rockout	200 Crediti	200 Crediti	12 Crediti	Attiva	1	63	6	9.52 %
Spam Benefit	1000 Crediti	998 Crediti	74 Crediti	Attiva	1	667	37	5.55 %
TargetAvatar	100 Crediti	100 Crediti	0 Crediti	Vuota	0	0	0	0 %
Totale Campagne	1750 Crediti				7	928	65	7 %

Questi valori costituiscono la somma di impression e click dei singoli annunci della campagna.

Per poter visualizzare queste informazioni per singolo annuncio, cliccare invece sul nome della campagna. In questa nuova pagina vengono riportati i valori per ogni annuncio.



Benvenuto,

Credito: 9810

Active Campaigns: 7

[Buy Credits](#) - [Create New Campaign](#) - [Campaign Reports & Manage](#) - [Account Information](#) - [Set Avatar Key](#) [Logout](#)

GESTISCI CAMPAGNE

Campagna: Libri-Universitari.com

[Modifica](#)[Blocca](#)[Cancella](#)[Crea Annuncio](#)Periodo:

Gestione Annunci Esistenti				Impressions	Clicks	Ctr
Libri-Universitari.com, I libri di testo adottati nelle Università italiane, divisi per corsi di laurea e facoltà,	Modifica	Cancella		21	1	4.76 %
La casta. Così i politici italiani sono diventati intoccabili, Stella G. Antonio, Rizzo Sergio, € 14,40	Modifica	Cancella		20	3	15 %

In questa pagina, cliccando sui tasti modifica e cancella è possibile apportare variazioni al testo dell'annuncio o rimuoverlo del tutto.

Cliccando sul testo dell'annuncio, si apre invece la pagina della reportistica per ogni parola chiave. In questa pagina, oltre alle informazioni sulle puntate, già viste in precedenza, abbiamo la possibilità di valutare il numero di impression e di click per ogni parola chiave. Con il tasto Unlink invece la keyword viene rimossa dall'elenco.



Benvenuto,

Credito: 9810

Active Campaigns: 7

[Buy Credits](#) - [Create New Campaign](#) - [Campaign Reports & Manage](#) - [Account Information](#) - [Set Avatar Key](#) [Logout](#)

GESTIONE ANNUNCIO

ANNUNCIO:

La casta. Così i politici italiani sono diventati intoccabili, Stella G. Antonio, Rizzo Sergio, € 14,40 - <http://www.libri-universitari.com/la-casta-cosi-i-politici-italiani-sono-diventati-intoccabili-product-543.htm>

Periodo:

Keyword	Current Bid	Starting Bid	Max Bid	Status	Unlink	Impressions	Clicks	Ctr
politica	10	2	10 - Modifica	Not the Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
rizzo	2	2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
stella	2	2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	11	1	9.09 %
la casta	2	2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
italia	2	2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	9	2	22.22 %
italia.it	2	2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %

[Unlink checked keywords](#)

Aggiungi parole chiave: (*)

Per inserire più di una parola chiave separarle andando a capo

[Aggiungi](#)

In questo esempio la prima parola chiave non genera l'annuncio dell'inserzionista, in quanto la Max Bid (10 crediti) non è la più alta tra quelle presenti nel sistema. Ciò vuol dire che per consentire al proprio annuncio di essere emesso si dovrà modificare la Max Bid ad essa relativa. Cliccare allora sul tasto Modifica, ed aggiornare la puntata inserendo un valore superiore a 10.

L'ultimo campo di questa schermata consente di aggiungere in maniera semplice altre parole chiave all'annuncio. Come abbiamo già visto, è necessario separare le parole chiave andando a capo alla fine di ognuna di esse.

N.B. In cima a tutte le tabelle della reportistica di cui abbiamo finora trattato, è presente un menu a tendina che indica il Periodo dei report. Attraverso questo strumento è possibile selezionare il periodo da tenere in considerazione nella generazione dei report: Oggi, Ieri, Questo Mese, Mese Passato, Ultimi 6 Mesi, Anno corrente, Anno Passato. Dopo aver selezionato il periodo di riferimento, cliccare sul tasto Report per ottenere i dati.



Benvenuto,

Crediti: 9810

Active Campaigns: 7

Buy Credits - Create New Campaign - Campaign Reports & Manage - Account Information - Set Avatar Key

Logout

GESTIONE ANNUNCIO

ANNUNCIO:

La casta. Così i politici italiani sono diventati intoccabili, Stella G. Antonio, Rizzo Sergio, € 14,40 - <http://www.libri-universitari.com/la-casta-cosi-i-politici-italiani-sono-diventati-intoccabili-product-543.htm>

Periodo: Totale Report

Keyw	Bid	Starting Bid	Max Bid	Status	Unlink	Impressions	Clicks	Ctr
politica		2	10 - Modifica	Not the Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
rizzo		2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
stella		2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	11	1	9.09 %
la casta		2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %
italia	2	2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	9	2	22.22 %
italia.it	2	2	10 - Modifica	Highest	<input type="checkbox"/>	0	0	0 %

[Unlink checked keywords](#)

Aggiungi parole chiave: (*)

Per inserire più di una parola chiave separarle andando a capo

[Aggiungi](#)

6. Gestione account

All'interno della sezione Gestione Account è possibile modificare la propria password, aggiornare i propri dati ed inserire eventuali indirizzi di fatturazione dei crediti.

7. Glossario

Annuncio Contestuale (Contextual Advertisement): forma di pubblicità che adatta il messaggio pubblicitario al contesto in cui esso viene fruito. Celebri sono gli annunci contestuali di Google AdWords/AdSense, che scelgono gli annunci da mostrare sulla base dei contenuti delle pagine web o sulla base delle parole digitate dagli utenti nei campi di ricerca.

Advertiser: è l'inserzionista di annunci contestuali che, comprando crediti, partecipa alle aste per associare i propri annunci alle parole chiave digitate dagli avatar.

Avatar: rappresentazione virtuale di un essere umano in un mondo digitale. Gli Avatar dei mondi 3D posseggono un potenziale espressivo non ancora pienamente utilizzato a scopi di comunicazione aziendale.

Bid (Puntata): rappresenta la quantità di crediti che l'inserzionista intende spendere per ogni keyword.

Budget Giornaliero: rappresenta l'importo massimo che l'inserzionista intende spendere per una data campagna di annunci su base giornaliera. Giunto al limite del budget giornaliero, il sistema blocca l'emissione di annunci fino al giorno seguente.

Impression: esprime il numero di visualizzazioni ricevute dall'annuncio. Nel sistema di Target Avatar le impression non rappresentano costi per l'inserzionista, che paga gli annunci solo se questi vengono cliccati dagli avatar.

Keyword (Parola Chiave): è la parola che innesca l'annuncio. Quando viene digitata in chat il sistema invia all'avatar l'annuncio associato a quella parola. Per acquistare parole chiave gli inserzionisti partecipano alle aste con i crediti in precedenza acquistati.

Land Owner: è il proprietario di un terreno in Second Life, che va da una piccola parcel di 512 mq ad una vera e propria SIM con più di 65000 mq.

Max Bid: è uno strumento che consente di definire la quantità massima di crediti che l'inserzionista è intenzionato a pagare per una singola keyword. Definendo una max bid il

sistema rilancerà alle aste per la keyword fino al livello minimo indispensabile per vincere l'asta.

Pay per click: schema di investimento pubblicitario che consente all'inserzionista di pagare solo per il traffico realmente generato dall'annuncio, e non per le impression.

Second Life: mondo virtuale 3D progettato dai Linden Lab e costruito dai suoi abitanti. Attualmente sono circa 13 milioni gli avatar registrati.

SIM: (da simulator) è una regione virtuale, spesso ricostruzione di una città o di una regione geografica realmente esistente. Le SIM tecnicamente sono elaboratori su cui risiedono i dati di un luogo virtuale, e rappresentano lo spazio entro cui vivono gli avatar.

SURL: indirizzo web di una land in Second Life, generato con un sistema elaborato da Linden Lab per tenere agganciati web e mondi 3D.

URL: Unique Resource Location, indirizzo verbale di una singola pagina web.

SL: Italia Kamachi

W: www.targetavatar.com