



## **Delta Pictures e Digitalbloom insieme per migliorare la redditività delle fonti di traffico basate sulle newsletter**

Nel corso del 2021 i criteri con i quali il traffico verrà remunerato da parte degli ad exchange, e da Google in particolare, cambieranno radicalmente; la fidelizzazione degli utenti, il tempo di permanenza, la reale fruizione di contenuti a cui si aggiungerà l'esigenza di convertire tali lettori in Universal ID correlati al proprio sito sono gli aspetti che verranno favoriti.

Le strategie di traffic acquisition tramite SEO o social potrebbero perdere di centralità a favore di soluzioni di tipo editoriale.

La newsletter, collegata ad un contenuto e ad un sito di cui l'utente si fida, ritorna ad essere protagonista; il traffico organico proveniente dalle newsletter è di straordinaria qualità, generando un basso bounce rate, più tempo di permanenza, più pagine viste per singola visita e migliora i KPI di monetizzazione.

**Delta Pictures**, Web Agency e Publisher Online, ha sviluppato una proposta rivolta agli editori per potenziare il traffico diretto generato dalle newsletter. Un progetto specialmente rivolto a editori che non hanno una propria user-base consolidata o che vogliono allargarla su database di terze parti. Grazie agli oltre 10 milioni di indirizzi mail a disposizione di Delta Pictures, gli editori potranno potenziare il proprio traffico di qualità.

**DigitalBloom** assicura dal canto suo la monetizzazione del traffico così generato e garantire sia una fonte di revenue aggiuntiva sia un generale ottimizzazione di tutti i valori in RPM relativi al sito, con risparmi in termini di traffic acquisition spesi altrove e migliori KPI editoriali.

*“Da molti anni Delta Pictures si caratterizza per la sua scelta di condividere le proprie strategie collaudate con gli editori del panorama italiano – commenta Nicola Burgay, Amministratore Unico di Delta Pictures – anche in questo caso il progetto parte dalla nostra esperienza come editori e dalla profittabilità che abbiamo rilevato dalle nostre newsletter di qualità”.*

*“Questa collaborazione, aperta a editori già presenti nel nostro network e non – afferma Cristina Pianura CEO di DigitalBloom – si inserisce nel solco delle iniziative che DigitalBloom sta strategicamente avviando per selezionare il traffico migliore, nonché per consapevolizzare circa l'importanza dei KPI editoriali ai fini della remunerazione anche cookie-less nei prossimi mesi”.*

