

INDICE



INTRODUZIONE	<i>di Marco Girelli</i>	5
GUIDA ALLA LETTURA		9
CAP 1	IN PRINCIPIO ERA IL GRP <i>di Anthony Cardamone</i>	11
CAP 2	IL CLIENTE, MISURA DI TUTTE LE COSE <i>di Odoardo Ambroso</i>	23
CAP 3	CLICKSTREAM, UN FLUSSO DI VALORE <i>di Leone Fossati</i>	39
CAP 4	UN CAMBIAMENTO DI ECOSISTEMA <i>di Davide Tremolada</i>	47
CAP 5	IL RISVEGLIO DEL DISPLAY: IL REAL TIME BIDDING <i>di Leone Fossati</i>	57
CAP 6	PERSONE, NON COOKIES <i>di Alfonso Zito</i>	67
CAP 7	L'UNIVERSO DEI DATI <i>di Alfonso Zito</i>	73
CAP 8	GESTIONE E SEGMENTAZIONE DELLE AUDIENCE <i>di Odoardo Ambroso</i>	81
CAP 9	AUDIENCE E DIRECT CONTACT PLATFORM <i>di Guido Fossi</i>	91
CAP 10	QUESTIONE DI MISURAZIONI <i>di Stefano Cervini</i>	101
CAP 11	L'ULTIMO MIGLIO <i>di Odoardo Ambroso e Antonio Montesano</i>	109
CAP 12	BUSINESS DIGITALE: LE STRATEGIE <i>di Vittorio Bucci</i>	117
CAP 13	RITORNO AL FUTURO <i>di Michael Arpini</i>	127
I CURATORI E GLI AUTORI		134
GLI ACRONIMI		138
BIBLIOGRAFIA		139