



# Mobile Metrics

Mobile Metrics fornisce informazioni dettagliate riguardo **l'Installazione, l'Avvio di App e gli acquisti in app**, monitorando e tracciando i touchpoint che si originano all'interno del percorso di conversione dell'utente in modo da remunerare i publisher per il loro contributo al raggiungimento dell'obiettivo



# Tracking Apps e Mobile Metrics

Mobile Metrics consente di aggiungere delle app, scaricabili da Google Play o App Store, alle campagne di performance marketing. Dopo aver completato l'implementazione, sarà possibile monitorare le installazioni di app, gli avviamenti di app e gli acquisti in-app. Uno dei requisiti è l'aggiunta dell'SDK TradeTracker alle app seguendo i codici di implementazione forniti dal nostro portale.

## Come funziona

Questo nuovo strumento contribuirà all'aumento dei download di app, ad un aumento dell'acquisizione di nuovi utenti e del loro engagement tramite dispositivi mobili. Incrementa la tua audience e amplia gli strumenti a disposizione delle tue campagne di Performance Marketing in modo da trarre il massimo dall'esperienza di shopping omnichannel.

## Tre possibili azioni

È impossibile ormai immaginare una vita senza app. Le usiamo per moltissime attività come cercare informazioni, ordinare cibo da asporto oppure prenotare un viaggio. Qualunque sia l'obiettivo: aumentare i download di un app, acquisire nuovi utenti o aumentare il coinvolgimento di quelli già acquisiti, puoi sfruttare il network di TradeTracker per raggiungerlo! Traccia il percorso di conversione generato dall'utente all'interno del processo di acquisto, durante la sua interazione con i vari dispositivi, e premia gli editori per il contributo al raggiungimento del risultato.

### Installa

Installare l'applicazione dopo che è stata scaricata da un marketplace come, ad esempio, Google Play o iO App Store.

### App-starts

Ogni volta che l'applicazione viene lanciata dopo il download e l'installazione.

### Acquisti in app

Esempi di acquisti in-app sono: prenotare un hotel, comprare online capi abbigliamento oppure effettuare un upgrade che ti permetterà di fare progressi in quel gioco che ti assilla da molto tempo.

## Il tipico percorso dell'utente

### Misurare

Monitora i dati di maggior valore in modo da tenere sotto controllo i nuovi download e gli utenti che avvieranno l'app per la prima volta e l'incremento delle transazioni in-app.

### Evento tracciato

Sapere come una determinata App interagisce è un requisito fondamentale. Infatti, la SDK permette ai gestori delle App di delineare gli eventi di rilievo, di generare report e di determinare con più precisione il lifetime Value.

### Attribuzione multi-dispositivo

Questo ci permette di remunerare sorgenti e touchpoint differenti grazie al tracciamento delle attività svolte su App o su altri canali.

### Deep Linking

Il deep linking permette all'utente di atterrare sempre sulla Landing Page corretta a prescindere dal canale, e senza tener conto del tipo o della sorgente del media. Sarete in grado di indirizzare i vostri clienti esattamente dove volete voi.

## Impostazione

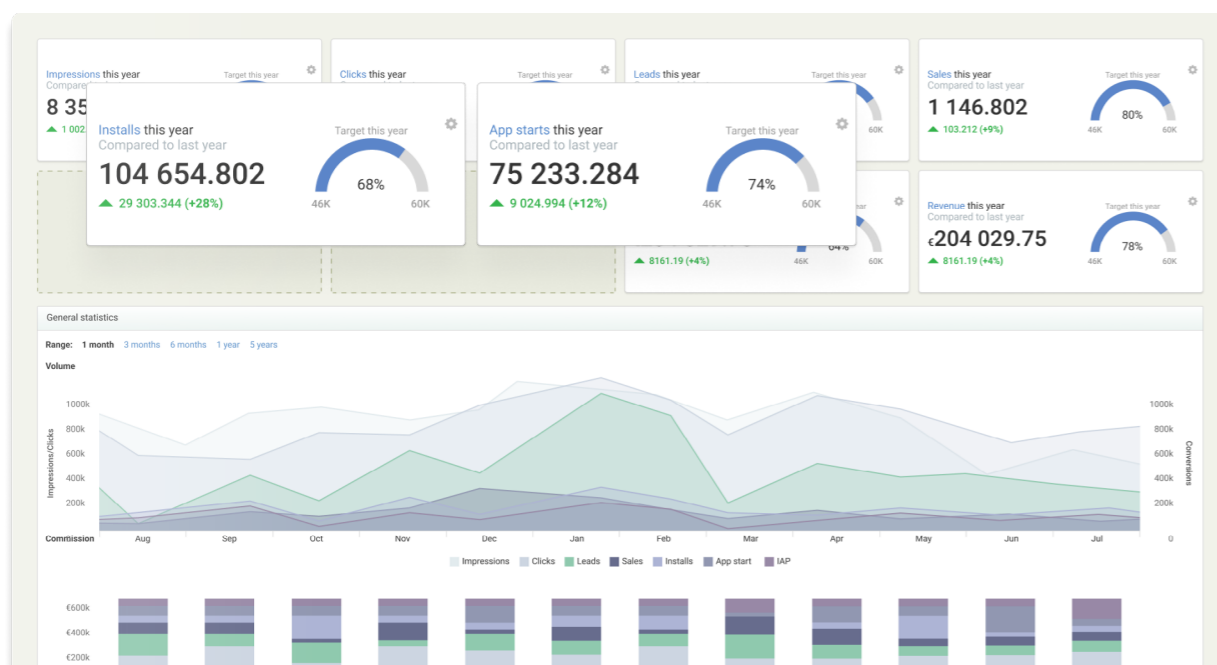
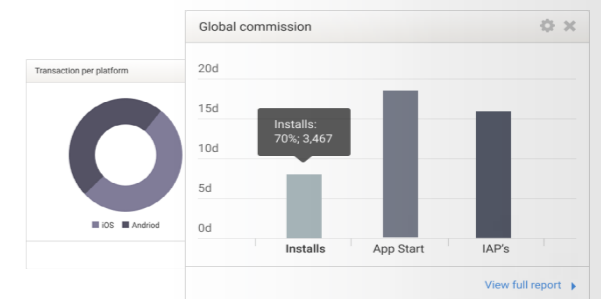
Attraverso l'analisi del Conversion Path sarai in grado di dare un "peso" alle attività di ogni publisher e collocarli al posto giusto all'interno del modello di attribuzione, variandone così l'importanza relativa che i publisher hanno seconda delle loro caratteristiche. Lavorando insieme al tuo account manager potrai stabilire quali sono i passaggi chiave che vanno maggiormente ricompensati, in modo da adattarsi perfettamente al tuo business plan.

## Coinvolgi i publisher

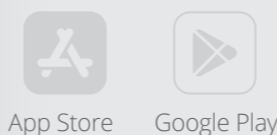
Quando la tua campagna mobile sarà pronta per essere lanciata, assicurati che i tuoi publisher ne siano al corrente! Questo ti darà una marcia in più! I publisher che ritieni più importanti vedranno un veloce ritorno degli investimenti, quindi assicurati che facciano del loro meglio per raggiungere risultati sempre migliori.

## Controllo e ottimizzazione

TradeTracker ti permette di migliorare ulteriormente il tuo modello di attribuzione tramite l'utilizzo di nuovi e interessanti elementi come, ad esempio, la possibilità di aggiungere elementi di CPC o CPM a determinati publisher selezionati. In questo modo ti sarà veramente possibile massimizzare le performance della tua campagna.



## Marketplace supportati



## Contattaci

Viale Comasco Comaschi 124, 56021 Cascina, PI Italy Codice SDI: M5UXCR1 Italy  
+ 39 050 712973  
info.it@tradetracker.com

