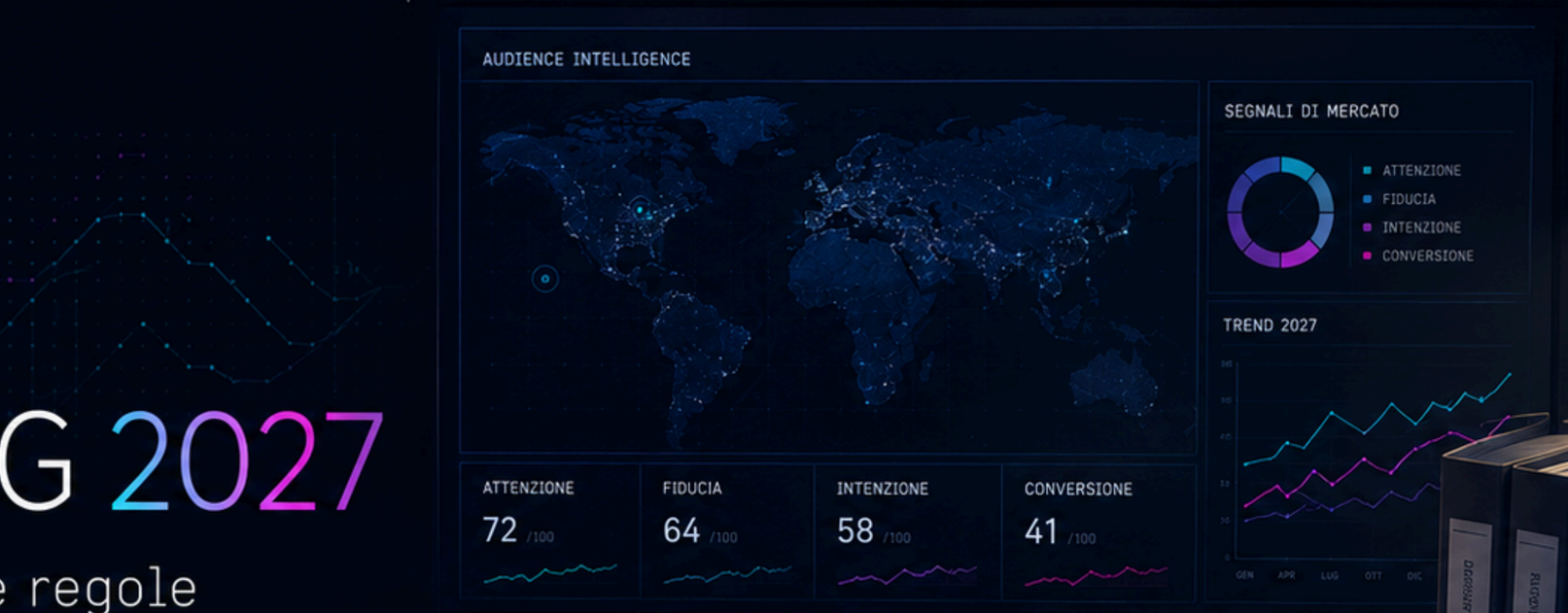
MODULO 01

ADVERTISING 2027

Pubblicità, branding e nuove regole

DOSSIER STRATEGICO

Capire cosa conta. Lasciare il rumore.





PERCHÉ ESISTE QUESTO MODULO

Le piattaforme cambiano in fretta.
Ma il problema non è inseguire ogni novità.
Il problema è capire quali cambiamenti
spostano davvero attenzione,
percezione e risultato.

SEGNALE 01

Molte aziende fanno advertising per abitudine, non per lettura.

SEGNALE 02

Branding e performance vengono trattati come mondi separati.

SEGNALE 03

Troppo rumore operativo, poca chiarezza decisionale.

Obiettivo del modulo:
leggere meglio, decidere prima, tagliare il superfluo.



COSA STA CAMBIANDO DAVVERO

01

ATTENZIONE PIÙ FRAMMENTATA

La soglia di attenzione si abbassa. La creatività deve colpire prima.

TEMPO MEDIO DI ATTENZIONE (SEC)



Fonte: Microsoft Research, 2024

02

CREATIVITÀ + MEDIA

Creatività, targeting e distribuzione non si leggono più separati.

IMPATTO SULLA PERFORMANCE

ROAS INDEX (BASELINE = 100)



Fonte: Nielsen Marketing Mix Modeling, 2024

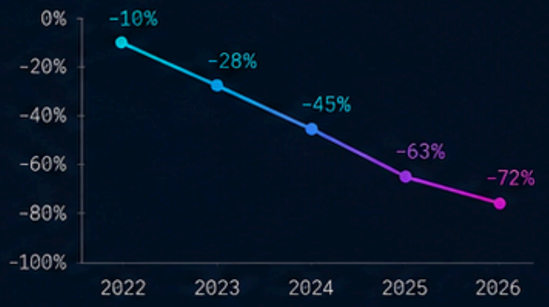
03

AI E AUTOMAZIONI

L'AI accelera il flusso, ma non sostituisce la direzione.

TEMPO DA BRIEF A PUBBLICAZIONE

VARIAZIONE % VS 2022



Fonte: McKinsey, State of AI in Marketing 2024

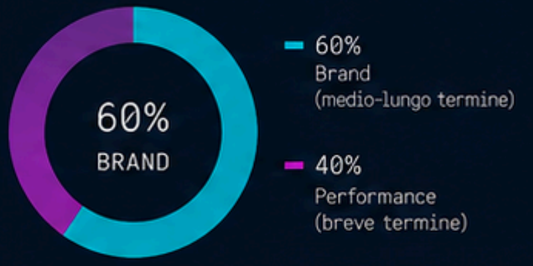
04

BRANDING CHE PESA

Il brand torna centrale: il click da solo non basta.

BRAND VS PERFORMANCE ATTIVATION

CONTRIBUTO ALLA CRESCITA (%)



Fonte: Binet & Field, IPA Databank 2024

Non inseguire tutto. Isola i segnali utili.

COSA ANALIZZEREMO LIVE

Nel workshop lavoriamo su casi reali, scenari concreti e una griglia di lettura semplice.

- Cosa tenere e cosa lasciare nelle campagne attuali
- Quali segnali guardare prima di cambiare creatività, budget o messaggio
- Come leggere il rapporto tra branding, attenzione e performance
- Esempi e teardown di casi reali
- Una prima mappa decisionale per il 2027

1 live

60 min

Q&A finale

OBIETTIVO

Leggere le dinamiche attuali, riconoscere i segnali chiave e costruire decisioni più efficaci per il 2027.

FOCUS

- Campagne attuali
- Segnali di mercato
- Brand & attenzione
- Creatività & messaggio
- Budget & performance

ANALISI IN TEMPO REALE

LIVE

ATTENZIONE	FIDUCIA	INTENZIONE	CONVERSIONE
72 /100	64 /100	58 /100	41 /100





SEGNALI CHIAVE

- Calo attenzione nei formati statici
- Crescita video brevi e UGC
- Messaggi orientati al valore, non al prodotto
- Fiducia legata a prova sociale e trasparenza
- Performance migliori su audience ristrette e profilate

MAPPA DECISIONALE



NEXT STEP

Sintesi finale e piano operativo personalizzato.

COSA DEVI PORTARE

VERSIONE MINIMA

1. 1 brand, progetto o cliente da osservare
2. 1 campagna attiva o recente
3. 3 dubbi reali da sciogliere

VERSIONE SPINTA

- Accesso ai dati principali o screenshot
- Sito, landing o profilo social
- Note su posizionamento e offerta

STRUMENTI CONSIGLIATI

Free: note, screenshot, foglio di lavoro

Pro: Ads Manager, GA4, Canva o Notion

Non serve arrivare perfetto. Serve arrivare con un caso vero.



MINI SOP OPERATIVA

01



FOTOGRAFA L'ESISTENTE

Raccogli il contesto, il brand e la campagna da osservare.

02



SEPARA SEGNALI E RUMORE

Individua cosa stai facendo per evidenza e cosa per abitudine.

03



VERIFICA MESSAGGIO, CREATIVITÀ E DISTRIBUZIONE

Leggi come questi tre elementi stanno lavorando insieme.

04



SCEGLI COSA TENERE, COSA TAGLIARE, COSA TESTARE

Definisci una priorità operativa semplice.

05



DECIDI LA PROSSIMA MOSSA

Chiudi il modulo con un'azione concreta da eseguire subito.



Output del modulo: una checklist decisionale + una prossima azione chiara.

COSA TI PORTI A CASA

MISSION COMPLETE
Modulo 01 completato.
Sei pronto per decidere meglio nel 2027.

01



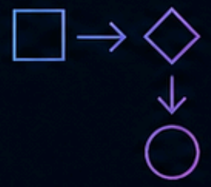
Una lettura più lucida di advertising e branding nel 2027

02



Una checklist di segnali da monitorare

03



Un framework per decidere più in fretta

04



Una prima revisione applicata al tuo caso

05



Una prossima azione concreta da fare subito

Advertising 2027 è il primo accesso alla macchina Nebula.