



BRANDING
E-VOLUTION 26

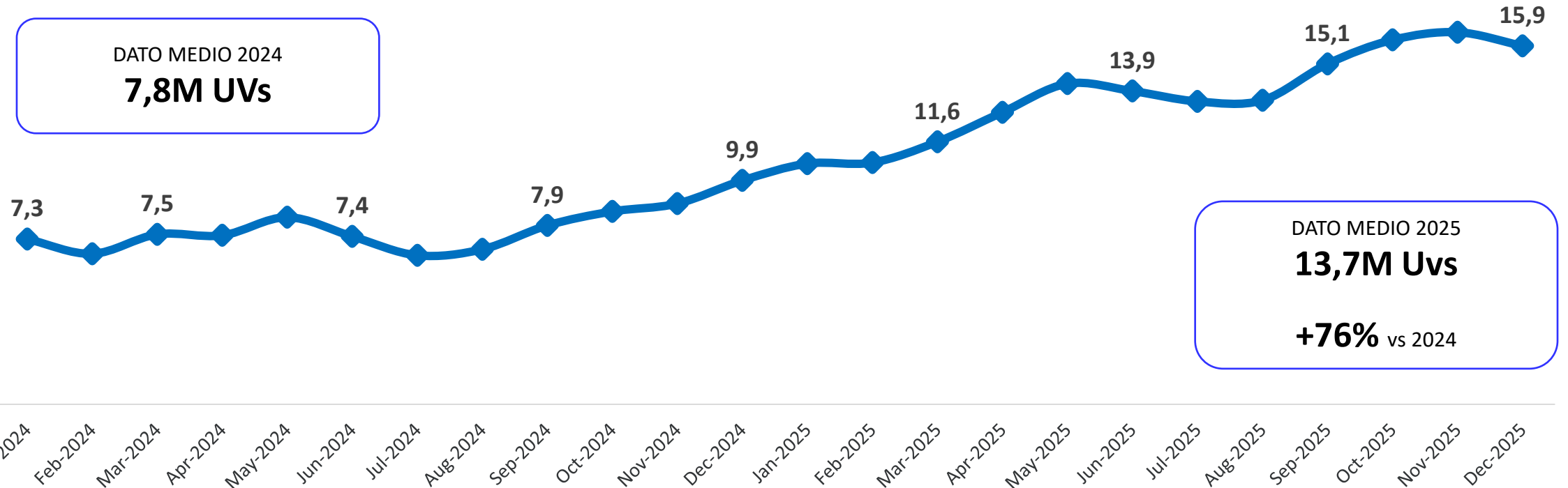
AI e Brand Lift: nuove misurazioni nel funnel di brand

Domenico A. Susca, *Sales Manager, Sensemakers*

L'impatto dell'AI nel funnel di brand

L'AI nuovo layer nella ricerca di informazioni

Audience deduplicata dei tool di AI
Visitatori Unici | ITA | GEN 2024 - DIC 2025 | Dato mensile



AI Squared: la visibilità AI misurata sulla base dei comportamenti reali delle audience

DATI REALI

anziché prompt sintetici

COPERTURA COMPLETA DEGLI ECOSISTEMI AI

AI Chatbot e AI Overview

SOLUZIONE NATIVA SUL MERCATO ITALIANO

basata su panel locale

METRICHE LUNGO L'INTERO FUNNEL

Esposizione, engagement, conversione, reach incrementale, segmentazione per Industry

Le prime evidenze

1

Il settore News informa, ma i prompt task-driven convertono

2

L'AI lavora lungo l'intero funnel di brand, dalla scoperta al check finale

3

Fonti internazionali e il ruolo dei contenuti evergreen

4

Social e Editori le principali fonti negli ecosistemi AI

Output differenti per tipologia di contenuto

| CATEGORIA | AI CHATBOT QUOTA % ESPOSIZIONE | AI OVERVIEW QUOTA % ESPOSIZIONE | AI CHATBOT UTENTI ESPOSTI CHE HANNO VISITATO IL DOMINIO NEL MESE | AI OVERVIEW CLICKER CONVERSION |
|--------------------|-----------------------------------|------------------------------------|---|-----------------------------------|
| AUTOMOTIVE | 1% | 1% | 9% | 4% |
| EDUCATION | 8% | 9% | 8% | 2% |
| FINANCIAL SERVICES | 1% | 3% | 17% | 9% |
| GOVERNMENT | 4% | 4% | 13% | 8% |
| LIFESTYLES | 2% | 2% | 2% | 2% |
| NEWS/INFORMATION | 18% | 13% | 5% | 2% |
| RETAIL | 8% | 5% | 22% | 4% |
| TRAVEL | 2% | 3% | 19% | 4% |

Le fonti più citate in Italia nel Finance

AI CHATBOT

| DOMAIN | CATEGORY | OVERALL RANK | % UTENTI ESPOSTI CHE HANNO VISITATO IL DOMINIO NEL MESE |
|--------------------|--------------------|--------------|---|
| Facile.it | Financial Services | 135 | 11% |
| Fiscooggi.it | Financial Services | 184 | 3% |
| Poste.it | Financial Services | 189 | 53% |
| Intesasanpaolo.com | Financial Services | 313 | 8% |
| Segugio.it | Financial Services | 318 | 29% |

AI OVERVIEW

| DOMAIN | CATEGORY | OVERALL RANK | % CLICKER CONVERSION |
|-------------|--------------------|--------------|----------------------|
| Poste.it | Financial Services | 26 | 25% |
| Facile.it | Financial Services | 42 | 3% |
| Bancobpm.it | Financial Services | 123 | 1% |
| Switcho.it | Financial Services | 167 | 2% |
| Segugio.it | Financial Services | 173 | 5% |

L'AI interviene lungo tutto il funnel

L'AI rappresenta oggi
la porta di accesso
per scoprire prodotti e
informazioni -

e il controllo finale prima
dell'acquisto.



Editori e mondo social continuano a essere tra le fonti privilegiate delle ecosistema AI

| AI CHATBOT | | |
|---------------|-------------|---|
| DOMAIN | AI VISITORS | % UTENTI ESPOSTI CHE HANNO VISITATO IL DOMINIO NEL MESE |
| Reddit.com | 2,0 M | 26% |
| Wikipedia.org | 1,7 M | 43% |
| Youtube.com | 1,2 M | 80% |
| Arxiv.org | 981 k | 1% |
| Facebook.com | 626 k | 59% |
| Scribd.com | 505 k | 15% |
| Europa.eu | 478 k | 13% |
| Corriere.it | 474 k | 20% |
| Repubblica.it | 411 k | 9% |
| Amazon.it | 399 k | 82% |

| AI OVERVIEW | | |
|-----------------------|-------------|---|
| DOMAIN | AI VISITORS | % UTENTI ESPOSTI CHE HANNO VISITATO IL DOMINIO NEL MESE |
| Youtube.com | 6,1 M | 18% |
| Wikipedia.org | 5,9 M | 5% |
| Aranzulla.it | 2,3 M | 4% |
| Treccani.it | 2,0 M | 1% |
| Facebook.com | 1,7 M | 4% |
| Microsoft.com | 1,6 M | 6% |
| Corriere.it | 1,3 M | 1% |
| My-personaltrainer.it | 1,3 M | 4% |
| Reddit.com | 1,1 M | 5% |
| Virgilio.it | 1,0 M | 2% |

Misurare l'impatto di una campagna combinata display/video e social

La misurazione della Brand Lift delle campagne digitali è oggi possibile su tutti gli ambienti

Small Screen

 brand metrics



Display



Video



Branded
Content

Connected TV

 brand metrics



CTV

Social

 comscore



Campagne
adv



Paid
Partnership



Influencers



Editori

La soluzione integrata Brand Metrics e Comscore rende scalabile la misurazione



Approccio
deterministico

Reclutamento
in pagina / in app

Metodologia con
algoritmo proprietario
e singola domanda
ai soli esposti

Scalabile su
campagne minori

Flessibilità
nella selezione della
metodologia di ricerca

Presenza di benchmark



Approccio
deterministico

Reclutamento
in-feed

Cross-piattaforma

Applicabile su
campagne adv e
influencer marketing

Misurazione sui social
di una terza parte
indipendente

Presenza di benchmark

Use Case: la misurazione integrata di una campagna su più ambienti e più editori

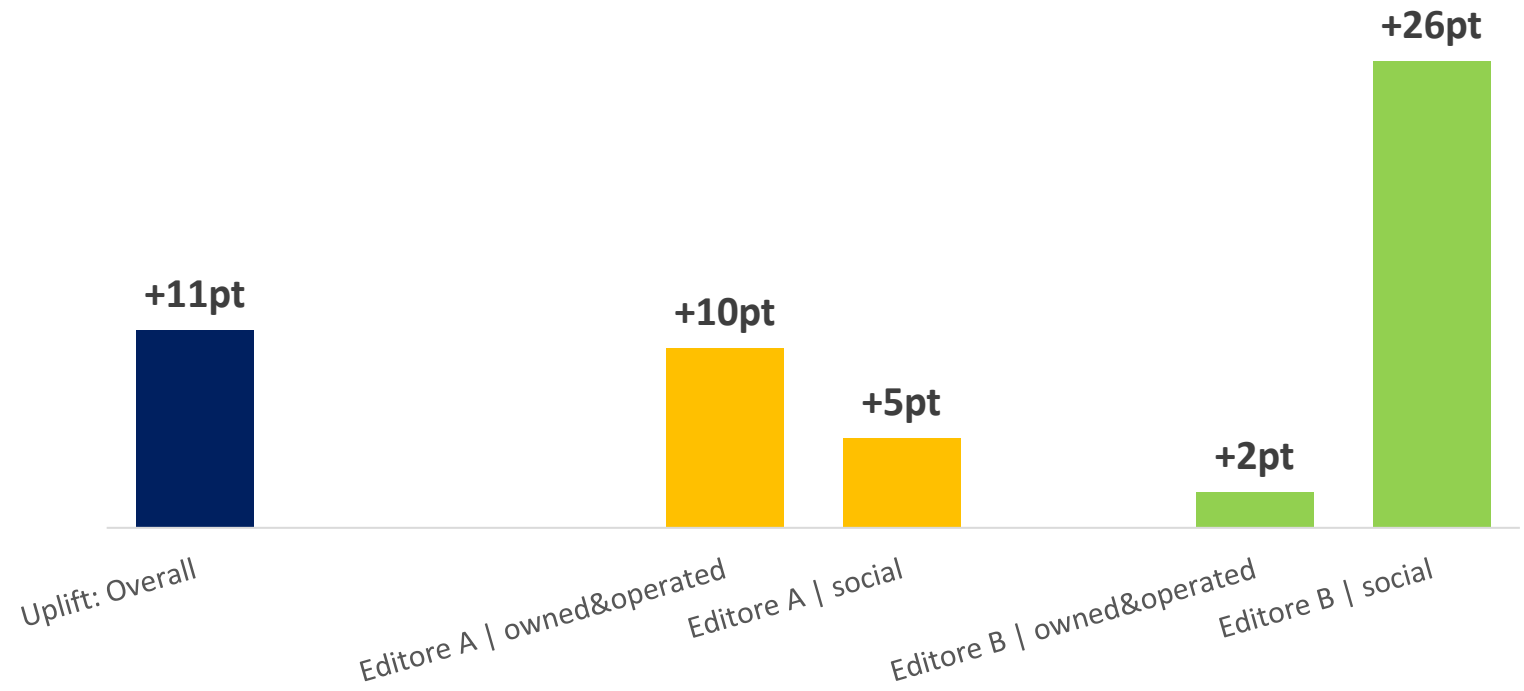
Il contesto:

Misurare l'impatto sulla desiderabilità del brand di una campagna cross-piattaforma (website e pagine social) e cross-editore.

I risultati:

La campagna ha registrato 11 punti di Uplift, con dinamiche differenti sugli ambienti e sugli editori attivati.

Desiderabilità del Brand: Uplift di campagna



Editori e brand premium si affidano in Italia alle soluzioni Brand Lift di Brand Metrics e Comscore





BRANDING
E-VOLUTION 26

UPA UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI
POLIMI SCHOOL OF MANAGEMENT

Advertising
amazon ads
Google
IAS
HOUSE OF COMMUNICATION MEDIAPLUS
NEXTPLORA brand & media intelligence
Rai Pubblicità
SENSEMAKERS MINDS & DATA
teads
WEBRANKING