

I numeri del network

Vinix è una piattaforma curata di social networking in ambito enogastronomico con circa 30.000 utenti registrati (in giornaliero aumento), suddivisi in 8 categorie:

- produttori di vino e olio
- enoteche e siti e-commerce
- ristoranti, trattorie, osterie, pizzerie
- agenti, distributori e importatori
- giornalisti, blogger e altri media
- tecnovino (altri professionisti, prodotti e servizi enologici)
- birrifici e pub
- consumatori, appassionati

Oltre 30.000 timeline personali e 200.000 contenuti di qualità (post, recensioni vini, birre e ristoranti, annunci ed eventi, video, album fotografici, commenti), controllati e verificati dal nostro staff tecnico, rappresentano il contesto verticale nel quale il sistema Vinix Tag Advertising veicola la tua pubblicità.

Qualità dei contenuti

Tutti i contenuti pubblicati all'interno del network sono costantemente monitorati e revisionati dal nostro team per assicurare il rispetto delle regole (che per esempio vietano l'autopromozione e rimuovono qualsiasi forma di spam) e il corretto abbinamento dei tag ai contenuti stessi con un costante lavoro di analisi e revisione.

	<p>Ghiaccio secco e controllo della temperatura in vinificazione, metodo ancestrale e altre amenità garagistiche</p> <p>di Claudia Donegaglia</p> <p>Da domani anche i garagisti inizieranno a tagliare qualche grappolo, magari qualcuno tenterà di fare, con i mezzi che ha, un bianco in riduzione, altri raccoglieranno le...</p>		<p>Prosecco: anteprema vendemmia 2016</p> <p>di Lorenzo Biscontin - biscomarketing</p> <p>Tipo che non si beve nelle flute strette. Ovviamente non si parla qui di andamenti stagionali, qualità delle uve, ecc. Queste informazioni potete trovarle negli...</p>
	<p>Fermenti valdostani</p> <p>di Fabrizio Gallino</p> <p>In Valle d'Aosta stiamo assistendo a evoluzioni nelle gerarchie delle aziende, prese di posizione importanti e passi indietro. I recenti incontri che ho avuto con buona parte dei...</p>		<p>Ma davvero senza glutine e' meglio?</p> <p>di Sara Rocutto</p> <p>La celiachia è una malattia autoimmune la cui cura al momento è una sola: condurre una vita priva di glutine. Si conta che potenzialmente le persone che ne soffrono...</p>

Per rendere ancora più eccezionale il servizio e per portare costantemente nuovo valore sul network, ai contenuti generati dagli utenti (UGC) sono affiancati i contenuti di valore creati dalla nostra squadra di **redazione interna con oltre 30 professionisti di settore**. Anche su questi contenuti di tipo "premium" è attivo il servizio di abbinamento VTA così che il posizionamento della pubblicità, oltre alla pertinenza di tipo semantico goda di un posizionamento di valore e strategico per il brand.

Funzionamento del sistema VTA

L'abbinamento degli annunci pubblicitari creati attraverso il sistema Vinix Tag Advertising (VTA) può avvenire sia sulla base di un targeting di tipo geografico o professionale, sia attraverso un targeting di tipo "logico" e "relazionale" basato sui tag.

I tag sono come le parole chiave (keywords) con la differenza che anziché essere genericamente estrapolate in modo generico da una macchina dal testo di una pagina web, qui sono abbinati a ciascun contenuto dallo stesso autore e quindi revisionate dal nostro team che ha competenze dirette nel settore, in grado quindi di correggere, eliminare, aggiungere e modificare i tag nel modo più opportuno.

◆ commercio, commerciale, vendita all'estero, vendere all'estero, filiera del vino, agenti, distributori, importatori, new york, america, usa, stati uniti, vendere negli usa, vendere negli stati uniti, vendere in america, work with, mercati, vendite, mercati, mercati internazionali, mercato internazionale

A differenza di **Google Adwords** quindi, dove l'abbinamento tra pubblicità e contenuto è basato principalmente sull'analisi meccanica del testo della pagina, qui avviene tramite tag, abbinati in seguito ad un **processo cognitivo umano**. Grazie a questo sistema, è ben possibile che una pubblicità su un vino naturale o su un ristorante di Roma (per fare qualche esempio casuale), si abbinerà in automatico ad un contenuto che tratta di ristoranti a Roma o vini naturali, anche se le parole specifiche "ristorante roma" o "vini naturali" non compaiono mai nel testo del contenuto ma solo nei tag con cui è stato classificato perché una persona umana ha letto il contenuto e ha reputato che questo avesse a che fare in modo preciso con questi argomenti.

È il vantaggio di un procedimento di selezione umano rispetto ad uno demandato completamente alle macchine: qui il lavoro è fatto a monte e la pubblicità si abbinerà in automatico ai contenuti più pertinenti.

Come si costruisce una campagna

Il processo di creazione di una campagna pubblicitaria tramite lo strumento Vinux Tag Advertising è estremamente semplice e suddiviso in 5 semplici step.

Step 1: selezione della tipologia di campagna pubblicitaria e link destinazione

Step 2: configurazione dell'annuncio pubblicitario

Step 3: configurazione del target per categoria e del targeting geografico (opzionale)

Step 4: ricerca e scelta dei tag (opzionale solo se si è impostato un targeting geografico)

Step 5: selezione dei quantitativi di impression / click desiderati e pagamento

Step 1: Selezione della tipologia di campagna desiderata e link di destinazione (landing page) della campagna in seguito al click sulla pubblicità.



le mie campagne

Tag advertising » inizia la tua campagna

1. Informazioni generali

SELEZIONA IL TIPO DI CAMPAGNA

PAY PER IMPRESSION
Paghi per ogni visualizzazione della tua pubblicità su una pagina pertinente di Vinux indipendentemente dal fatto che sia cliccata poco o molto. Scegli questa modalità se preferisci pagare in base a un numero certo di visualizzazioni che avrà la tua pubblicità e per avere maggior controllo sulla durata della tua campagna pubblicitaria. L'acquisto minimo consigliato è di 10.000 visualizzazioni.

PAY PER CLICK
Paghi per ogni persona che cliccherà sulla tua pubblicità. Scegli questa modalità se il tuo obiettivo è portare un numero preciso di utenti verso il tuo sito. L'acquisto minimo consigliato è di 100 click.

INSERISCI IL LINK A CUI PUNTARE IL TUO ANNUNCIO

http://

procedi

Campagna a impression

La pubblicità comparirà sulle pagine pertinenti del network fino ad esaurimento delle impression acquistate e il cliente pagherà per ogni visualizzazione del proprio annuncio pubblicitario indipendentemente dal numero di click ottenuti. Questo genere di campagna è preferibile per la promozione degli eventi a scadenza perché consente di avere una stima della durata prevista per l'esaurimento della campagna. Nel caso in cui il tempo necessario per l'esaurimento della campagna risulti troppo alto è possibile aggiungere tag più visitati o comunque chiedere la nostra consulenza per il setting migliore.

Campagna a click

La campagna comparirà sulle pagine pertinenti del network fino ad esaurimento dei click acquistati indipendentemente dal numero di visualizzazioni necessario per generarli. È la soluzione ottimale per chi vuole la certezza del numero di click che otterrà nel tempo in anticipo.

Il targeting geografico (opzionale), consente inoltre di stabilire verso quali persone si intende veicolare il messaggio in base alla loro zona di registrazione. E' possibile impostare un targeting geografico a livello nazionale, regionale o cittadino. Se per esempio voglio mostrare il mio messaggio solo alle persone residenti in Umbria e in Toscana, sceglierò il livello di targeting geografico regionale e inserirò come dati per il targeting geografico le parole Umbria, Toscana, separate da virgola e spazio. In questo modo la pubblicità sarà veicolata a tutti gli utenti corrispondenti con i criteri scelti. Per gli utenti non iscritti o non loggati varranno invece i criteri di abbinamento per tag.

Step 4: Selezione dei tag

E' il cuore del sistema di abbinamento pubblicità/contenuti. Qui si selezionano i tag pertinenti per il proprio annuncio pubblicitario. Per ogni tag selezionato e aggiunto alla lista (non esistono limiti quantitativi ma suggeriamo un minimo di 8-10 tag diversi, più e meno generici, anche composti da più parole), vengono mostrati alcuni dati.

Nota bene: **è possibile saltare l'impostazione dei tag solo se si è impostato un targeting geografico, in questo caso la campagna sarà mostrata solo ad utenti loggati corrispondenti con il proprio targeting geografico.** Per raggiungere un pubblico più ampio, è consigliato impostare sempre anche un targeting per tag in modo da arrivare anche a tutti gli utenti non registrati e/o non loggati.

Per ogni tag selezionato avrete a disposizione alcune informazioni come:

- la quantità di contenuti presenti all'interno del network classificati con quel tag
- la tipologia di contenuto, se foto, video, annuncio, post, recensione, ecc.
- il dato relativo al traffico ricevuto dallo specifico tag nel mese precedente per avere un'idea del traffico mensile che ciascun tag può portare alla propria campagna.

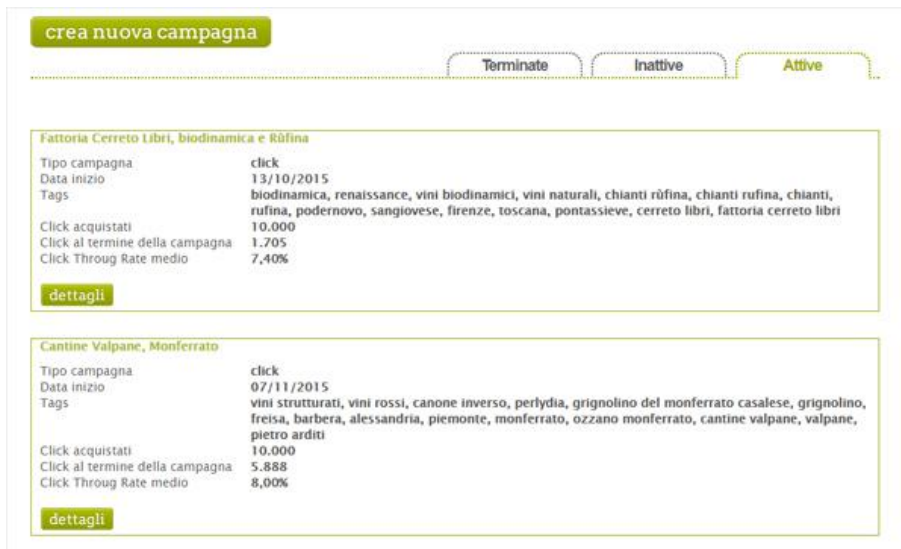
Step 5: Selezione del metodo di pagamento e dati di fatturazione

Completata la scelta dei tag, in base al tipo di campagna scelta al primo step si selezionerà infine la quantità di impression o di click desiderati, con relativo conteggio immediato del costo complessivo della campagna.

Dovrete quindi impostare la modalità di pagamento preferita (bonifico bancario o paypal / carta di credito) inserendo i dati aziendali per la fatturazione. In caso di pagamento a mezzo bonifico bancario la campagna sarà attivata alla ricezione del pagamento, per le campagne pagate con paypal e/o carta di credito l'attivazione è invece immediata.

Monitoraggio e modifica campagne

Tutte le campagne possono essere monitorate con un comodo gestionale gratuito direttamente fornito sulla piattaforma Vinix che mostra la progressione, l'erogato attuale e il click through rate (cioè il rapporto tra numero di visualizzazioni e numero di click ottenuti) per ogni pubblicità in corso.



The screenshot displays the Vinix campaign management interface. At the top, there is a green button labeled 'crea nuova campagna'. Below it, three tabs are visible: 'Terminate', 'Inattive', and 'Attive', with 'Attive' being the selected tab. The interface shows two campaign cards, each with a 'dettagli' button at the bottom.

Fattoria Cerreto Libri, biodinamica e Rufina

Tipo campagna	click
Data inizio	13/10/2015
Tags	biodinamica, renaissance, vini biodinamici, vini naturali, chianti rufina, chianti, rufina, podernovo, sangiovese, firenze, toscana, pontassieve, cerreto libri, fattoria cerreto libri
Click acquistati	10.000
Click al termine della campagna	1.705
Click Throug Rate medio	7,40%

Cantine Valpane, Monferrato

Tipo campagna	click
Data inizio	07/11/2015
Tags	vini strutturati, vini rossi, canone inverso, perlydia, grignolino del monferrato casalese, grignolino, freisa, barbera, alessandria, piemonte, monferrato, ozzano monferrato, cantine valpane, valpane, pietro arditi
Click acquistati	10.000
Click al termine della campagna	5.888
Click Throug Rate medio	8,00%

Per ogni campagna sarà sempre possibile modificare l'annuncio pubblicitario creato e il link di destinazione, anche a campagna in corso. Per la modifica dei tag acquistati potete contattare il nostro staff tecnico a info@vinix.com on essendo un'operazione al momento disponibile nel vostro pannello.

Di default al link di campagna viene abbinato un parametro di tracking fisso:
`?utm_source=VTA`

in modo tale che sia agilmente tracciabile dal proprio software statistico di monitoraggio (es. analytics) ogni click proveniente dalla campagna Vinix Tag Advertising.

Per i possessori di account Vinix professionale è inoltre disponibile un servizio, attivabile dalle proprie preferenze, che avvisa con una mail ogni volta che qualcuno clicca sul proprio annuncio pubblicitario o pubblica un contenuto taggato con tag scelti e monitorati dall'azienda (molto utile per essere informati in automatico sulle conversazioni che ci riguardano).

Clicca qui per informazioni [sull'account professionale](#) di Vinix.

Tipi di posizionamento

La pubblicità tramite sistema VTA viene abbinata ai contenuti pertinenti di Vinix e mostrata alle persone potenzialmente più interessate con tre tipi di posizionamento principali:

a) all'interno dei contenuti pertinenti del network

L'abbinamento pubblicità / contenuto è qui estremamente preciso: per ogni contenuto taggato con almeno uno dei tag acquistati, verrà mostrato l'annuncio pubblicitario del cliente che abbia acquistato quel tag, in competizione con tutti gli altri annunci pubblicitari attivi in concorrenza sullo stesso tag. Questo posizionamento è disponibile sia sulla spalla laterale destra, sia in calce al contenuto e prima del modulo commenti.

INSERITO VENERDÌ 26 AGOSTO 2016 ALLE 22:30:31

Prosecco: anteprima vendemmia 2016

Inserito da **Lorenzo Biscontin** - biscomarketing

NELLA CATEGORIA "MERCATI"

FEED DI QUESTO BLOG

POST PRECEDENTE | HOME DEL BLOG | POST SUCCESSIVO

Prosecco

Everything you need to know

Cantina Ciroto, Prosecco di Asolo

L'identità di un vino è ciò che rende forte la viticoltura. L'identità di un vitigno è data dal territorio in cui cresce. I vitigni locali dei colli di Asolo sono unici e non hanno concorrenti. Essi rappresentano la nostra cultura, la nostra storia e sono un patrimonio prezioso su cui costruire il nostro avvenire. Crediamo fortemente nel valore di questi vitigni autoctoni e su di essi investiamo ogni giorno grande impegno con l'entusiasmo e l'intuizione di chi ama profondamente il proprio mestiere.

Inserzionista: Vinix Grassroots Market
Contatti: shop@vinix.com

Adv VINIX TAG ADVERTISING

b) sulla timeline generale visibile da qualsiasi utente del network

L'abbinamento avviene sempre in base ai tag pertinenti ma in questo caso è un abbinamento indiretto. Se l'utente per esempio segue persone che pubblicano contenuti o recensioni su argomenti che lo interessano e questi contenuti sono taggati con tag acquistati dal cliente, quando questi contenuti compaiono sulla sua timeline l'utente visualizza le pubblicità pertinenti ad essi abbinare. Effetto "sponsor post" di fb.

Vinix Wine & Food social commerce

home blog condividi shop ads help

Luisa Carretti ha pubblicato un nuovo annuncio

Torna VINO al VINO a Panzano in Chianti

Dal 15 al 18 settembre a Panzano in Chianti ritorna VINO al VINO, manifestazione organizzata dal 1995 dall'Unione Viticoltori di Panzano, associazione di diciannove viticoltori, per raccontare l'eccellenza di questa porzione di Chianti. Per quattro giorni la piazza della frazione chiantigiana si trasformerà in banco d'assaggio con protagonisti aziende di prestigio come Ca' di Pesa,...

Mi piace Non mi piace 30.08.2016 ALLE 15:55:45

Aggiorna commenti

Scrivi un commento

Il Calamaio, piccola azienda, grande passione

Tanto lavoro e molta passione, questa è la ricetta che utilizziamo per produrre i nostri vini, gli altri ingredienti ce li regalano la terra e l'aria di questo piccolo angolo di toscana: la collina di San Macario a Lucca.

Inserzionista: Vinix Grassroots Market
Contatti: shop@vinix.com

Adv VINIX TAG ADVERTISING

Nuova cordata di acquisti!

lanciata da Michele Ruffoni

30.08.2016

Work with

Inserito da Raffaella Guidi Federzoni

30.08.2016

Bollicine Mon Amour

creato da Michele Ruffoni

29.08.2016

Sellaio 2015

Inserito da Valerio Rosati

29.08.2016

Francesco Zonin, un'intervista senza risposte

Inserito da Filippo Ronco

29.08.2016

Nuova cordata di acquisti!

lanciata da Andrea D'Asciano

05.08.2016

29.08.2016

Siamo tutti nella stessa barca, ma due anni dopo

Inserito da Claudia Donegaglia


29.08.2016

Nuova cordata di acquisti!

lanciata da Mario Gelfi / Sommelier


c) sulla timeline personale di ciascun utente

L'abbinamento avviene come nel caso b) ma con pertinenza più elevata dal momento che in questo caso la pubblicità compare sulla timeline del singolo utente che contiene in buona parte contenuti da lui pubblicati e quindi sicuramente di proprio interesse.



Vinix Team

Categoria: Tecnovino




- CONTATTI: 651
- ANNUNCI: 53
- ALBUM FOTOGRAFICI: 1
- DESLUSTAZIONI: 0
- RISERVENZIONI RISTORANTI: 0
- VIDEO: 0
- BLOG: 7 POST


INDIRIZZO:
VIALE COSTA DIE LANDO 67,
COGORNO (GENOVA)

CELLULARE: 3472119480
FAX: 0523225954
EMAIL: shop@vinix.com
SITO WEB:
[HTTP://WWW.VINIX.COM](http://www.vinix.com)
INIZIO ATTIVITA': 2013
PARTITA IVA: IT02050210952
QR CODE

1403
visite dal 16.12.2014

 **seguì su twitter**

[timeline](#) [info](#) [amici](#) [gruppiacquisto](#) [contenuti](#)



Comprare insieme conviene!

#vgm è la nostra idea di social commerce: leale, diretto, dal basso. Scegli un'azienda da cui acquistare direttamente e risparmi con gli amici fino al 51% rispetto alla normale vendita al dettaglio. Se preferisci compra da solo con gli stessi sconti quantità.

Inserzionista: Vinix Social Commerce
Contatti: shop@vinix.com

Adv **VINIX TAG ADVERTISING**

Altri esempi di posizionamento

Qui di seguito alcuni esempi concreti di posizionamento.

Nell'immagine sottostante è possibile vedere un annuncio sponsorizzato sulla spalla destra relativo a contenitori vinari in ceramica. In questo caso il post trattava una gita da Gravner, noto per le vinificazioni in anfora. L'abbinamento è avvenuto automaticamente grazie alla precisione dell'abbinamento per tag.

The screenshot shows a blog post on the Vinix website. The main article is titled "Non chiamateli orange, una profana in visita da Gravner" and features a large image of a terracotta amphora in a vineyard. On the right side, there is a sponsored advertisement for "Clayver: la ceramica per il vino". The ad text describes Clayver as a compact, impermeable, and microporous ceramic container for wine, ideal for aging and cleaning. It also provides contact information for Clayver Italia.

In quest'altro esempio, in calce ad una recensione di un vino bianco, è possibile vedere un annuncio VTA che promuove una cantina in zona che produce prevalentemente vini bianchi.

The screenshot shows a page on the Vinix website. The main content is a review of wine by "i Stefanini" titled "I Stefanini, declinazione Soave". On the right side, there is a vertical list of sponsored advertisements (VTA) for various wineries and businesses in the area, such as "La Locanda di Bu", "Tavernetta Marinella", and "Antica Trattoria Di Pietro". At the bottom, there are more wine reviews and a section titled "ANNUNCI NELLA ZONA".

Performance

Il servizio Vinix Tag Advertising è stato concepito per avere performance fuori dall'ordinario grazie all'estrema verticalità e qualità del contesto in cui la pubblicità viene veicolata. Grazie alla pertinenza dell'annuncio e al posizionamento estremamente curato e perfettamente integrato con il layout del sito infatti, i tassi di click through rate (CTR) generati dal sistema VTA sono semplicemente straordinari se paragonati a quelli delle normali campagne pubblicitarie su canali generalisti ma anche rispetto a strumenti analoghi, come per esempio Google Adwords o Facebook Ads.

I Stefanini, declinazione Soave	
Tipo campagna	click
Data inizio	12/04/2016
Tags	terreno vulcanico, terreni vulcanici, vini minerali, vini bianchi, olio extravergine di oliva, olio extravergine, olio evo, olio, grignano, verona, monteforte d'alpone, veneto, garganega, ekaterina, francesco tessari, stefanini, i stefanini, soave
Click acquistati	10.000
Click al termine della campagna	7.859
Click Throug Rate medio	9,31%

[dettagli](#)

In questo annuncio VTA, si noti lo straordinario ctr del 9,31%

Il pubblico che interagisce è già di partenza interessato al prodotto/servizio promosso attinente all'ambito wine&food e il valore dei contenuti non fa che rendere l'abbinamento pubblicità / contenuto ancora più solido e credibile.

Colleluce, Vernaccia di Serrapetrona	
Tipo campagna	click
Data inizio	13/05/2016
Tags	franca malavolta, sogliano, brecce rosse, vernaccia nera, rosso spumante, spumante rosso, spumanti dolci, spumante dolce, passito, passiti, dolci, dessert, vini da meditazione, vino da meditazione, vino da dessert, vini da dessert, vino dolce, vini dolci, vini rossi dolci, vernaccia di serrapetrona, vernaccia, serrapetrona, macerata, marche, colleluce
Click acquistati	10.000
Click al termine della campagna	8.512
Click Throug Rate medio	9,09%

[dettagli](#)

Qui un ctr del 9,09%

Mentre la media per le campagne display tradizionali (banner) si attesta tra lo 0,05% e lo 0,50% nei casi migliori e per le campagne adwords o facebook oscilla tra lo 0,30 e il 2-3% nei casi migliori, non sono rare campagne Vinix Tag Advertising con ctr a doppia cifra (10-12%) e in moltissimi casi superiori al 5-6%, performance uniche nel mercato pubblicitario.

Pricing

Il servizio VTA è estremamente flessibile, adatto sia a pianificazioni molto piccole e con budget contenuti, sia per pianificazioni più importanti e di lungo periodo per chi desidera avere un canale sempre aperto e attivo verso la propria attività/sito per ogni contenuto, passato, presente e futuro attinente ad argomenti vicini ai propri servizi o prodotti (si consideri infatti che il network è un sistema in costante fermento con un'enorme produzione di contenuti originali sempre nuovi).

Il costo varia in base alla tipologia di campagna pubblicitaria e in base ai tag scelti, esistono infatti tag più costosi di altri in base alla domanda.

a) **Campagna pubblicitaria a impression**

La tariffa base è di 8,00 euro + iva per 1.000 impression e può essere aumentata fino al 25% in caso di tag particolarmente richiesti

b) **Campagna pubblicitaria a click**

La tariffa base è di 0,80 euro + iva per 1 click e può essere aumentata fino al 25% in caso di tag particolarmente richiesti

Il sistema consente di verificare sempre, prima del passaggio allo step 5) con la conclusione dell'ordine, il costo complessivo della campagna.

E' importante notare come il pricing non abbia nulla a che fare con il numero dei tag scelti. E' infatti possibile scegliere anche numerosi tag perché il costo complessivo viene distribuito su tutti i tag indistintamente in base ai contenuti disponibili e più trafficati sul network. Se per esempio si sono acquistati i tag "vino", "brunello di montalcino", "toscana" e il tag "sangiovese", la campagna pubblicitaria comparirà su tutti i contenuti che contengono almeno 1 dei tag acquistati ma la visualizzazione (in caso di campagne a impression) o il click conteggiato (in caso di campagne a click) sarà sempre 1, anche se sulla pagina vi sono contemporaneamente più tag acquistati.

Pianificazioni e contatti

Benché il sistema sia completamente automatizzato e consenta al cliente di **configurare autonomamente una campagna**, la conoscenza approfondita del settore e del network da parte del nostro team, consente di mettere a disposizione un know how elevato in grado di garantire le migliori performance possibili.

Per coloro che desiderano affidare direttamente a Vinix la pianificazione, è possibile avere una campagna chiavi in mano a fronte di un piccolo costo di setup oltre al costo della campagna.

I nostri contatti:

Vinix Tag Advertising

<https://www.vinix.com/tags.php?lk=ta>

info@vinix.com

mobile e whatsapp: 347 2119450